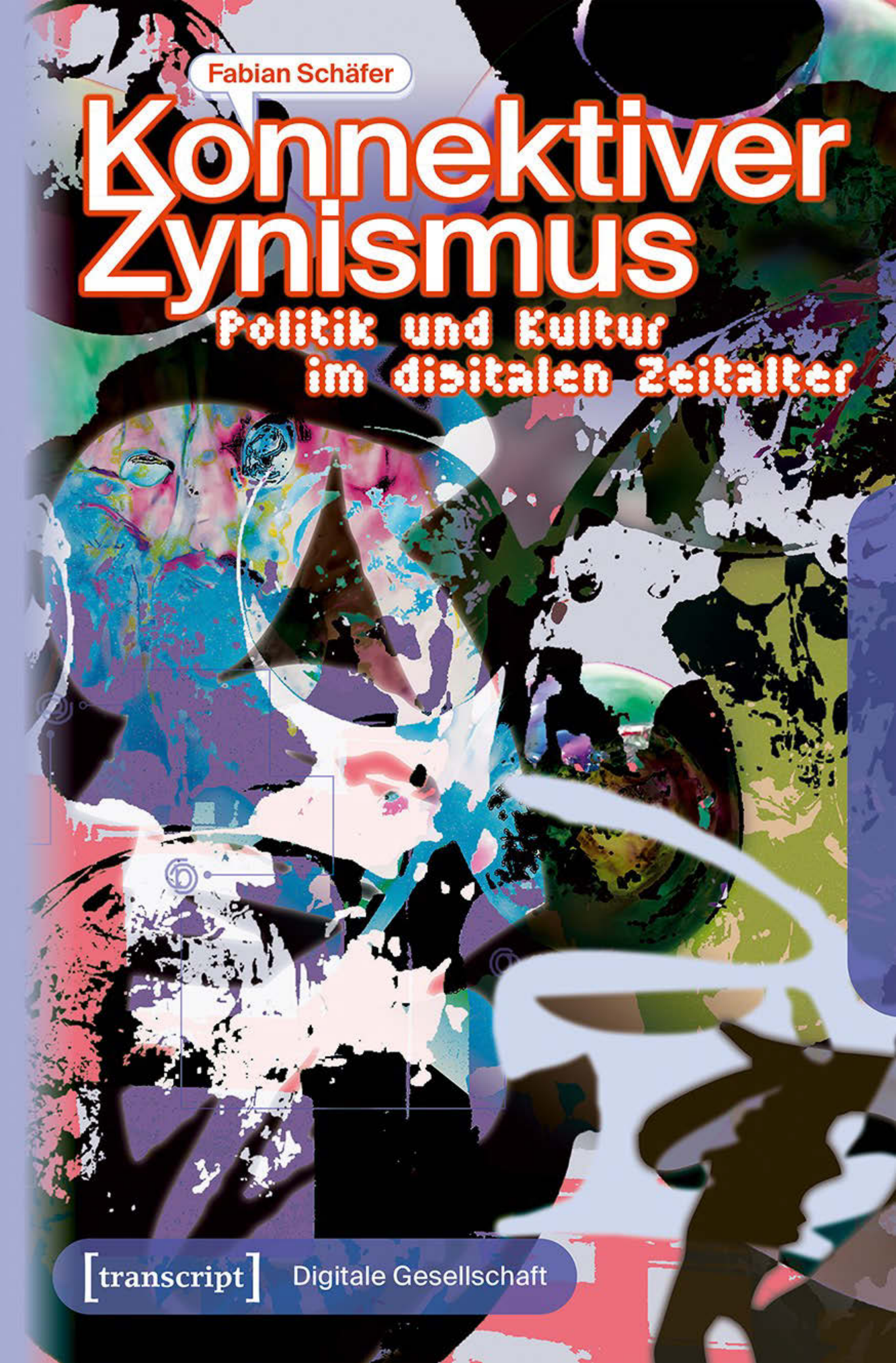


Fabian Schäfer
Konnektiver Zynismus
Politik und Kultur im digitalen Zeitalter
[transcript]
Digitale Gesellschaft

Fabian Schäfer

Konnektiver Zynismus
Politik und Kultur im digitalen Zeitalter

Digitale Gesellschaft | Band 55



Fabian Schäfer ist Professor für Japanologie an der FAU Erlangen-Nürnberg. Er forscht zur digitalen Transformation der politischen Öffentlichkeit, insbesondere den Themen Social Bots und Hate Speech sowie der sprachlichen Normalisierung von neurechten und rechtspopulistischen Diskursen in Japan und Deutschland. | Instagram: @neojaponisme


Fabian Schäfer
Konnektiver Zynismus
Politik und Kultur im digitalen Zeitalter

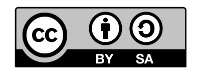
[transcript]

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) – Projektnummer 466328567
(„Die Normalisierung rechtspopulistischer und neurechter Diskurse in Japan und Deutschland“) –
sowie den Open-Access-Publikationsfonds der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen Nürnberg,
unterstützt durch das DFG-Programm „Open-Access-Publikationskosten“.





Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen National-
bibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.



Erschienen 2023 im transcript Verlag, Bielefeld

Gestaltung/Satz: Karin Kolb
Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar
Print-ISBN 978-3-8376-6453-9
PDF-ISBN 978-3-8394-6453-3
https://doi.org/10.14361/9783839464533
Buchreihen-ISSN: 2702-8852
Buchreihen-eISSN: 2702-8860

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.
Besuchen Sie uns im Internet: **www.transcript-verlag.de**
Unsere aktuelle Vorschau finden Sie unter **www.transcript-verlag.de/vorschau-download**

Inhalt

Danksagung

Dass ich dieses Buch überhaupt geschrieben habe, ist einer einzigen Person zu verdanken – meinem befreundeten Kollegen Akihiro Kitada. Der japanische Soziologe hat bereits in den 2000er Jahren den anfangs noch ironischen Humor auf Imageboards untersucht und nachgezeichnet, wie dieser nach und nach in eine zynische Grundhaltung gegenüber linksliberalen Massenmedien und Politiker*innen in Japan umgeschlagen ist. Auf seine Vorarbeiten geht auch meine Verwendung der Begriffe „Konnektivität" und „Zynismus" zurück. Ich habe Akihiro über Jahre gedrängt, eine Neuauflage seines Buches zu schreiben. Denn die Dringlichkeit, sich mit diesem Phänomen zu beschäftigen, hat mit dem Aufkommen der sozialen Medien noch zugenommen. Seine ablehnende Haltung auf mein Drängen war vollkommen berechtigt – er hatte schlichtweg keine Lust mehr, sich weiter mit dem menschenfeindlichen Hass in den sozialen Medien zu befassen.

Sehr viele Menschen hatten einen Anteil an der Entstehung dieses Buches. Pablo Ben Jakov und André Krummel haben mit ihrem Dokumentarfilm *Lord of the Toys* über den Influencer Adlersson den Anlass gegeben, die Anwendbarkeit des Begriffs des konnektiven Zynismus anhand eines konkreten Beispiels durchzuspielen. Daraus ist eine computergestützte Datenanalyse der YouTube-Kanäle Adlerssons hervorgegangen, die ich gemeinsam mit Peter Mühleder erstellt habe (vgl. Kapitel 4). Den Mitarbeiter*innen der Redaktion der *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, insbesondere Jana Mangold und Florian Sprenger, sei für ihr ausführliches und konstruktives Lektorat des aus dieser Analyse hervorgegangenen Fachartikels gedankt.

Den Anstoß für den Artikel in der *Zeitschrift für Medienwissenschaft* gab eine Einladung von Brigitte Weingart zu einer Konferenz mit dem Titel *Meme Culture and Its Discontents* in Düsseldorf, auf der ich den Begriff des konnektiven Zynismus erstmals einem wissenschaftlichen Publikum präsentieren konnte. Auch danken möchte ich an dieser Stelle Christian Meier, der mir die Möglichkeit gegeben hat, die grundlegenden Thesen dieses Buches in der Kürze eines Gastbeitrags in der Zeitung *Die Welt* einer breiteren Öffentlichkeit vorzustellen. Die teilweise sehr zynischen Online-Kommentare von Leser*innen zu meinem Zeitungsbeitrag lesen sich tragischerweise wie eine Bestätigung des zynisch-konnektiven Verhaltens im Internet.

Viele sehr liebe und überhaupt nicht zynische Menschen haben mich mit dem Lektorieren des Manuskripts und der Diskussion meiner Thesen unterstützt. Danken möchte ich vor allem ML, Karoline Rütter, Alexander Zahlten, Sabine Weier, Saskia Kessler, Hagen Gersie, Tamara Fuchs, Linda Havenstein, Stevie Poppe und Olena Kalashnikova. Jeder Hinweis auf ein fehlendes Komma und jeder Denkanstoß hat dieses Buch ein kleines oder ein großes Bisschen besser gemacht.

Das großartige Cover für dieses Buch hat Karin Kolb entworfen. Dazu hat sie Bilder künstlerisch nachbearbeitet, die durch die Bild-KI Midjourney erstellt wurden. Die konzeptuelle Idee bei dieser Vorgehensweise war, die Kontrolle in der Bildfindungsphase an eine Künstliche Intelligenz zu übergeben und diese im Prozess der Weiterbearbeitung durch die Künstlerin wieder zurückzugewinnen. Das Ergebnis ist – ganz im Sinne dieses Buches – ein Cyborg aus künstlicher und künstlerischer Intelligenz.

„Wer die Wahrheit nicht weiß,
der ist bloß ein Dummkopf.
Aber wer sie weiß und sie eine Lüge
nennt, der ist ein Verbrecher!“

Bertolt Brecht, *Leben des Galilei*

Einleitung und Leseanweisung

Während der Coronapandemie gab es in den allermeisten Bekanntenkreisen vermutlich mindestens eine Person, die Covid-19 für einen kolossalen Irrtum hielt. Das konnten selbsternannte epidemiologische Statistikprofis sein, die im Coronavirus bloß eine ganz normale Grippe sahen; vielleicht gab es aber auch solche, die hinter der „Plandemie“ eine weltumspannende Intrige der WHO, der Bill-und-Melinda-Gates-Stiftung oder irgendeiner im Dunkeln operierenden Organisation vermuteten. Vor der Coronapandemie waren diese Menschen vielleicht skeptischer gegenüber der Politik eingestellt als andere, hatten einen Hang zu Esoterik oder pflegten einen politisch nicht immer ganz korrekten Humor. In der Regel waren sie vor der Pandemie jedoch keine eingefleischten Verschwörungstheoretiker*innen. Während der Coronapandemie sind dieselben Menschen nun nicht nur durch ihren ablehnenden Standpunkt zu den Corona-Schutzmaßnahmen aufgefallen, sondern auch durch eine generelle zynische Haltung gegenüber wissenschaftlichen, politischen und journalistischen Institutionen. Eine Skepsis, die nicht selten mit einem besonders aggressiven Mitteilungsbedürfnis auf den sozialen Medien einhergegangen ist. Diese enge Verbindung von Zynismus und Mediennutzung ist das Thema dieses Buches. Während der Coronapandemie hat sich ein kulturelles und politisches Phänomen offenbart, das schon vor der Pandemie existierte und das in diesem Buch mit dem Begriff des „konnektiven Zynismus“ bezeichnet wird.

Diese enge Verbindung von Zynismus und sozialen Medien zeigt sich im Feld des Politischen am allerdeutlichsten am Rechtspopulismus. Die Tatsache, dass der politische Erfolg von Trump oder Bolsonaro ohne die strategische Nutzung von Twitter oder Facebook gar nicht möglich gewesen wäre, gilt inzwischen als Gemeinplatz. Mit dem Begriff des konnektiven Zynismus gehe ich jedoch einen Schritt weiter. Ich stelle zur Diskussion, ob die enge Verbindung von Medientechnologie und zynischer Politik in Wirklichkeit nicht eine symbiotische ist. Wenn dem so wäre, hieße das, dass Rechtspopulist*innen die sozialen Medien nicht einfach nur besonders geschickt nutzen, sondern dass die sozialen Medien aufgrund ihrer technologischen Beschaffenheit den auf Affekte und Normen- und Tabubrüche abzielenden Rechtspopulismus bevorteilen (vgl. Daniels 2017, 2018). Rechtspopulismus und Zynismus wären dann gewissermaßen der „Default-Modus“ der sozialen Medien, weil sie so tief in den Code der Plattformen eingeschrieben sind, dass „die werkseitig installierten Mechanismen der

Plattformen […] sich in genuiner Weise für rechte und mikrologische Agitation“ eignen und diese „mitunter bedingen“ (Strick 2021: 71). Soziale Medien sind mit anderen Worten nicht nur „sad by design“, wie sich der Medientheoretiker Geert Lovink (2019) ausgedrückt hat, sondern auch populistisch und zynisch „by design“.[1]

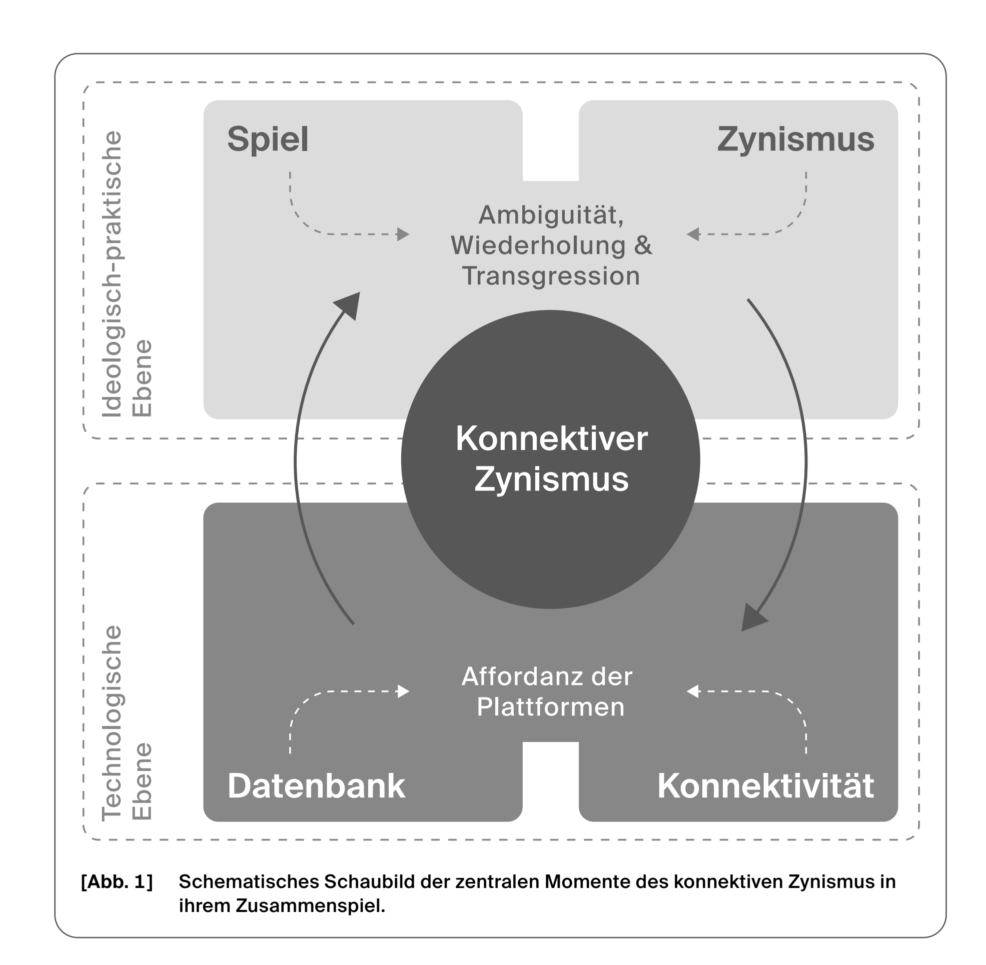
An Veröffentlichungen, die sich unter Verwendung von Begriffen wie „digitaler Faschismus“, „Radikalisierungsmaschinen“, „digitale Gegenrevolution“ oder „Fake News/Facts“ mit einzelnen Ausprägungen dieser Entwicklung befassen, mangelt es nicht. Sie befassen sich mit Einzelphänomenen wie dem immer unverhohlener auftretenden, menschenverachtenden Humor in Onlinecommunitys, mit männlichen Rechtsterroristen, die sich im Internet radikalisieren und ihre Taten als Videospiel inszenieren, oder mit den politischen Strategien von Rechtspopulist*innen und der Neuen Rechten. Manche dieser Bücher sind schnell und oberflächlich geschrieben, andere sind sorgfältig recherchiert und basieren auf fundierten empirischen Einzelanalysen. Um jedoch die Beziehungen zwischen diesen Einzelphänomenen zu erkennen und sie in ihrer Reziprozität verstehen zu können, bedarf es eines theoretischen Zugangs, der einerseits die Beziehungen zwischen den politischen und kulturellen Zynismen freilegt und andererseits auch den medientechnologischen Zusammenhang zwischen Zynismus und digitaler Konnektivität auf den sozialen Medien einbezieht. Beides leistet der in diesem Buch eingeführte Begriff des konnektiven Zynismus.

Kulturell zeigt sich der konnektive Zynismus an der Ausbreitung eines misogynen, rassistischen, antisemitischen und islamfeindlichen „Humors“ im Internet, der seinen Ursprung in einschlägigen Foren von Plattformen wie 2chan/4chan oder reddit hat. Dieser im Internetjargon als „edgy“ bezeichnete Humor richtet sich gegen (Queer-)Feminismus, Multikulturalismus und eine als bevormundend empfundene Sexual- und Identitätspolitik. Trotz unterschiedlicher Interessen oder Absichten haben *edgy humor* und Rechtspopulismus die gleiche Stoßrichtung. Aus purer Schadenfreude („*just for the lulz*“) oder als Teil einer politischen Kommunikationsstrategie wähnen sich beide Lager in einem

1 Lovink beschreibt diese Traurigkeit als neue Form der Melancholie. Im Unterschied zur „klassischen“ Variante, die sich durch Isolation und Selbstschau auszeichnet, entsteht diese Melancholie aus der Tristesse der Geschäftigkeit der sozialen Interaktionen auf den sozialen Medien. Wenn Lovink das als „technologische Traurigkeit“ bezeichnet, dann lassen sich die Folgen der Plattformarchitektur der sozialen Medien als technologischer Zynismus bezeichnen, dessen Folgen sich nicht nur auf gesellschaftliche und kulturelle Bereiche beschränken, sondern auch die Politik betreffen.

Kulturkampf gegen etablierte Wertvorstellungen und Diskursgrenzen. Aus dieser Verschmelzung von Kultur und Politik ist das brandgefährliche Potenzial des zeitgenössischen Zynismus entstanden, der sich auf den sozialen Medien konnektiv verbinden und gegenseitig verstärken konnte.

Der Begriff des konnektiven Zynismus erfasst dieses komplexe Geflecht von Wechselwirkungen zwischen politischen, kulturellen und medialen Momenten, indem er sowohl die *medientechnologische* als auch die *ideologisch-praktische* Ebene dieses Phänomens gleichermaßen in Betracht zieht (vgl. Abbildung 1). Auf jeder Ebene spielen zwei Begriffe eine Rolle (Zynismus und Spiel sowie Konnektivität und Datenbank), auf die in dieser Einleitung kursorisch eingegangen werden soll.



[Abb. 1] Schematisches Schaubild der zentralen Momente des konnektiven Zynismus in ihrem Zusammenspiel.

Ambiguität: Spiel und Zynismus

Das ideologisch-praktische Moment des konnektiven Zynismus spiegelt sich im „Spiel“ (als kulturelle Praxis) und „Zynismus“ (als ideologische Haltung) wider, die sich beide durch eine besondere *Ambiguität* auszeichnen (vgl. Kapitel 2). Im übertragenen Sinne „spielen“ Internethumor und Rechtspopulismus aus Spaß an der Empörung oder ganz gezielt strategisch mit dieser Ambiguität. Repetitive Grenzüberschreitung und Tabubruch (*Wiederholung* und *Transgression*) finden sich sowohl im grenzüberschreitenden Internethumor (im Konkurrieren um den immer krasseren Witz; vgl. dazu Kapitel 2 und 3) als auch in der politischen Strategie des gezielten und wiederholten Tabubruchs von Rechtspopulist*innen (vgl. Kapitel 3 und 4).

Wie das Fallbeispiel des YouTube-Influencers Adlersson zeigt (vgl. Kapitel 4), kann dessen grenzüberschreitender Humor seine enorme Reichweite dadurch entfalten, dass dieser die eigene politische Haltung spielerisch in der Schwebe hält. Diese Haltung ist in doppelter Hinsicht zynisch, weil damit zum Zwecke der Monetarisierung einerseits hemmungslos auf der Klaviatur der Aufmerksamkeitsökonomie der sozialen Medien gespielt wird, und andererseits die alltagssprachliche Normalisierung rechtsextremer Standpunkte bewusst in Kauf genommen wird. Letzten Endes, und darin liegt die große Gefahr dieses ambigen Humors, trägt diese zynische Subkultur genauso zur Destabilisierung von demokratischen Werten und Institutionen bei, wie die zynische Diskursstrategie des Rechtspopulismus.

Um nachvollziehen zu können, warum es sich weder bei rechtslastigen Influencer*innen oder Internettrollen[2], noch bei rechtspopulistischen Politiker*innen um „tumbe Nazis“ (Schutzbach 2018: 8) handelt, muss der ihrer Hal-

2 „(T)rolling emerged on online platforms and image boards such as 4chan’s infamous /b/ board; the term is typically used to describe users participating in a form of referential, exploitative, and offensive humor. … (A)s a general term, it refers to online activities, many organized by tight-knit associations, designed to provoke a response from a target … without the target understanding the troll’s (alleged) ‘true’ intention” (Greene 2019: 48). Ein sehr ähnliches, in den 1990er Jahren entstandenes Verhalten beschreibt Akihiro Kitada (2012: 70) für bestimmte Sub-Foren auf dem japanischen Textboard 2channel: „In these forums, users engage in discussions replete with 2chanisms and ASCII art, similar to insider jokes among classmates but with a more dry, snarky edge that makes the communication a play in irony. … Of course, some 2ch subforums do not demand a cynical attitude, but the most typical communication style on 2ch is trading snarky commentary on specific kinds of source material. The communication is intimate but harsh; the harshness is itself a kind of intimacy.“

tung zugrundeliegende Zynismus verstanden werden. Das Paradoxe ist nämlich, dass Influencer*innen wie Adlersson oder Politiker*innen der AfD auf das Wertesystem, gegen das sie ankämpfen, angewiesen sind. Sie sind sowohl erklärte Gegner*innen als auch Parasiten dieses Systems, denn die verbalen Angriffe auf den kulturellen und politischen „Mainstream" bilden den unentbehrlichen Kern ihrer kommerziellen oder politischen Strategie. Diese zynische Haltung lässt sich in den Worten Slavoj Žižeks und Peter Sloterdijks am ehesten als „aufgeklärt falsches Bewusstsein" beschreiben. Zyniker*innen in diesem Sinne sind Menschen, die sehr genau wissen, dass ihr Handeln gewichtige Konsequenzen haben könnte, die aus unterschiedlichen Motiven aber dennoch oder gerade deshalb so handeln wie sie handeln (vgl. Kapitel 2).

Das aufgeklärt falsche Bewusstsein, das sich in den sozialen Medien oder Internetforen als unverhohlen grenzüberschreitender und menschenverachtender Humor äußert, zeigt sich in der Politik an den Strategien von Rechtspopulist*innen. Zynisch an deren Politik ist nicht nur die antifeministische und menschenfeindliche politische Agenda, sondern vor allem die Strategie der „taktischen Selbstverleugnung", durch die grenzüberschreitende Aussagen entweder nachträglich („War nicht so gemeint") oder im Vorhinein prophylaktisch („Darf man nicht mal mehr sagen, dass…?") relativiert werden. Der Medienwissenschaftler Simon Strick (2021: 68) bezeichnet diese Strategie als das Stellen „falscher Prinzipienfragen". Das Ziel sei das Erhitzen des „Meinungsklimas" zu einer politischen Frage, durch die das entsprechende „Tabu" gleich mitgeliefert werde (Strick 2021: 94). Dadurch würden die eigenen „Äußerungen als prekär, bedroht oder marginalisiert" dargestellt; die Rede von „Meinungsdiktatur" oder vermeintlich „unpopulären Meinungen" sei eine der „Hauptmodalitäten von rechten Äußerungen" (Strick 2021: 122).

Es dürfte klar geworden sein, dass dieses Buch nicht von radikalen Extremen handelt. Der konnektive Zynismus spielt sich vielmehr in einem ambigen Feld *zwischen* ideologischer Radikalität und demokratischer Normalität ab. Es ist ein Feld der sprachlichen Unschärfen oder ideologischen Zwischentöne. Rechtspopulistische Politiker*innen nutzen diese Unschärfen und Zwischentöne strategisch; Influencer*innen wie Adlersson machen mit ihnen monetarisierbare, grenzüberschreitende Witze.

Affordanz: Phatische Konnektivität

Wie bereits angedeutet, haben kultureller und politischer Zynismus trotz unterschiedlicher Interessen nicht nur die gleiche Stoßrichtung, beide haben sich auf den sozialen Medien auch „konnektiv" miteinander verbunden. In dieser Konnektivität findet sich das medientechnologische Moment des konnektiven Zynismus, das neben dem Datenbankcharakter digitaler Medien die besondere *Affordanz* (den „Angebotscharakter") der sozialen Medien ausmacht (vgl. Kapitel 1). Im Grunde macht die Konnektivität, die ich im Folgenden als „phatisch" beschreibe, die sozialen Medien überhaupt erst zu *sozialen* Medien. Unter „phatisch" verstehe ich in Anlehnung an den Anthropologen Bronislaw Malinkowski eine sehr basale Form der Kommunikation, deren Funktion vor allem darin besteht, ein Gefühl der Gemeinschaftszugehörigkeit („*communion*") bzw. der parasozialen Verbundenheit herzustellen und aufrechtzuerhalten. Der Clou an den sozialen Medien besteht darin, dass die zwischenmenschliche phatische Kommunikation zum Kernbestandteil der Plattformarchitektur gemacht wurde. Denn auf den sozialen Medien zu kommunizieren bedeutet in den meisten Fällen, sich anhand kommunikativer Operatoren wie Gefällt-mir-Buttons, @-Zeichen oder Hashtags, also durch das bloße Klicken eines Buttons oder die Verwendung eines Symbols, phatisch zu verbinden.

Nur durch die Betrachtung des symbiotischen Zusammenspiels von technologischer Affordanz (Konnektivität) und ideologisch-praktischer Ambiguität (Spiel und Zynismus) ist es möglich nachzuvollziehen, warum hart erkämpfte Normen und Regeln des kulturellen und politischen Miteinanders demokratischer Gesellschaften in den vergangenen beiden Jahrzehnten derartig schnell und durchgreifend destabilisiert werden konnten. Eine Destabilisierung, die im weniger schweren Fall zu einer Verrohung der Sprache und des politischen Diskurses führt, im schlimmsten Fall aber den Nährboden für eine neue Form des Rechtsterrorismus bereitet.[3]

3 Die Autor*innen einer CeMAS-Studie dazu bezeichnen dieses Phänomen als „rechtsextremen militanten Akzelerationismus", der danach strebe, „liberale, demokratische und kapitalistisch verfasste Gesellschaften zusammenbrechen zu lassen. Dazu sollen in diesen Gesellschaften vorhandene Widersprüche oder wahrgenommene Verfallsprozesse beschleunigt (lat. accelerare) werden. Dies kann sowohl durch Manipulationsversuche öffentlicher Diskurse als auch terroristische Mittel erfolgen" (CeMAS 2022: 6).

Leseanweisung für eine verkürzte Lektüre

Die einzelnen Kapitel dieses Buches sind über einen längeren Zeitraum von ca. fünf Jahren in unterschiedlichen Forschungskontexten entstanden. Mit dem kulturgeschichtlichen und philosophischen Begriff des „Spiels“ und der kulturellen Bedeutung der Datenbank habe ich mich im Zusammenhang mit meiner theoretischen Auseinandersetzung mit Computerspielen befasst. Konnektivität und Zynismus sind zentrale Themen in meiner Forschung zur misogynen Hassrede, zu Social Bots und zur Verbreitung von Verschwörungstheorien auf den sozialen Medien. Nach und nach hat sich mir in diesem langjährigen Forschungsprozess ein Gesamtzusammenhang zwischen den einzelnen Begriffen und Themen erschlossen, den ich in diesem Buch als konnektiven Zynismus bezeichne. Die kaleidoskopartige Betrachtungsweise des Gegenstands spiegelt sich in der modularen Struktur dieses Buches wider. Dieser baukastenartige Aufbau hat für die Leser*innen den Vorteil, dass sie bei der Lektüre stellenweise vor- und zurückspringen oder einzelne Teile auslassen können.

Um die Komplexität und die Wechselwirkungen des konnektiven Zynismus nachvollziehen zu können, ist ein grundlegendes Verständnis der phatischen Konnektivität und der Ambiguität des Zynismus unerlässlich. Die Leser*innen können selbst entscheiden, ob sie den Abschnitt zur „Konnektivität“ (in Kapitel 1) oder den zum „Zynismus“ (in Kapitel 2) als Einstieg in das Buch wählen (und im Anschluss dann den jeweils anderen Abschnitt lesen). Empfohlen wird die zusätzliche Lektüre des Abschnitts zum „Spiel“ (Kapitel 2), da er an das spielerische Moment des konnektiven Zynismus heranführt.

Das anschließende dritte Kapitel fungiert als Scharnier zwischen dem begrifflich-theoretischen Teil und den konkreten Fallstudien im vierten Kapitel. In ihm werden die in den ersten beiden Kapiteln erarbeiteten Begriffe auf zwei phatische Praktiken des kulturellen und politischen Zynismus angewendet, nämlich den bewusst grenzüberschreitenden Humor der Meme-Kultur und die rechtspopulistische bzw. neurechte Metapolitik. Die Leser*innen können an dieser Stelle wählen, ob sie – je nach Vorwissen – entweder den Abschnitt zu „Memes“ oder den Abschnitt zur „Metapolitik“ lesen (beides geht selbstverständlich auch). Die selektive Lektüre endet mit den beiden Fallbeispielen zur metapolitischen Verwendung der Chiffre „Japan“ und der datenbasierten Analyse des YouTubers Adlersson (Kapitel 4) sowie dem Abschnitt „Gegenstrategien“ im Schlusskapitel. Das folgende Flussdiagramm soll als Orientierungshilfe bei der selektiven Lektüre helfen:



[Abb. 2] Leseanweisung für eine verkürzte Lektüre.

„Heute ist die dominierende Funktion [...] anscheinend der Kontakt, die phatische Funktion, welche [...] nur die Kontinuität des Austausches sicherstellt, und zwar durch eine Art internes Feed-back, durch Zeichen, die ohne jeden spezifischen Inhalt irgendwie bestätigen, dass ‚es' abläuft, dass die Kommunikation nicht unterbrochen wird."

Jean Baudrillard, *Paradoxe Kommunikation*

1. Technologische Affordanz digitaler Plattformen

In der Medienforschung hat sich der Begriff der Plattform durchgesetzt, um Hardware- oder Softwareumgebungen zu beschreiben, auf denen sich die unterschiedlichsten Anwendungen ausführen lassen. Damit können zum einen Videospielkonsolen gemeint sein (Hardware), zum anderen aber auch Onlineplattformen wie Gaming- und Streamingdienste oder soziale Medien. Letztere lassen sich als Plattformen definieren, auf denen – ganz allgemein formuliert – Nutzer*innen, Kund*innen, Werbetreibende oder politische Entscheidungsträger*innen miteinander in Austausch treten können (Gillespie 2010). Plattformen basieren auf einer je eigenen „Architektur", die sich durch eine bestimmte Funktionalität auszeichnet, die eine bestimmte Art und Weise der Interaktion und Nutzung vorgibt (Bogost/Montfort 2009). Anders als offene Systeme, wie das HTML-basierte World Wide Web, schreiben geschlossene Plattformen den Nutzer*innen damit eine effektive aber auch stark einschränkende Verwendung vor. In der Medientheorie bezeichnet man dies als Affordanz, was sich am ehesten mit „Angebotscharakter" übersetzen lässt (Bucher/Helmond 2018). Entscheidend ist, dass sich die Affordanz von Plattformen nicht einzig durch ihren restriktiven Charakter auszeichnet, sondern bestimmte Arten der Interaktion auch besonders praktisch und damit einfacher machen.

Wie der Name schon sagt, liegt die Affordanz der sozialen Medien in der vereinfachten Anbahnung und Aufrechterhaltung von Sozialkontakten. Man kann mit Fug und Recht behaupten, dass Facebook das mit knapp drei Milliarden Nutzer*innen weltweit wohl äußerst erfolgreich macht (Stand: Sommer 2022). Ich bezeichne die besondere Affordanz der sozialen Medien als *Konnektivität*, womit eine plattformabhängige, nicht-dialogische „phatische" Kommunikationsform gemeint ist, die emotiv ist und Vergemeinschaftungsprozesse in Gang setzt und erhält. Eine weitere Affordanz digitaler Plattformen findet sich in ihrem Datenbankcharakter. *Datenbanken* haben nicht nur die elektronische Verwaltung und Speicherung von Informationen vereinfacht, sie haben auch die kulturelle und künstlerische Produktion und Rezeption im digitalen Zeitalter radikal verändert. Datenbanken spielen eine wichtige Rolle bei der Produktion und Rezeption von Memes, einem zentralen Element der zeitgenössischen Internetkultur und plattformbasierten Onlinekommunikation (vgl. Kapitel 3).

1.1 Konnektivität: phatische Kommunikation in den sozialen Medien

Mit dem Begriff der Konnektivität wird eine im digitalen Zeitalter vorherrschende Form der Kommunikation bezeichnet, die „instantan" und „ubiquitär" stattfindet (vgl. Dijck 2013; Hepp et al. 2006). Damit ist gemeint, dass „konnektive" soziale Bindungen im Zeitalter von Smartphones oder flächendeckender WLAN-Versorgung potenziell überall und jederzeit stattfinden können. Der japanische Mediensoziologe Akihiro Kitada (2005) hat den Begriff der „Konnektivität" bereits Anfang der 2000er Jahre verwendet, um diese neue Form der mediengestützten Kommunikation zu beschreiben.[1] Er verweist damit auf eine Kommunikationsform, die er als „autotelisch" bezeichnet. Damit meint Kitada ein Kommunikationsverhalten, das mit der Verbreitung der vernetzten und mobilen Medien (Internet, Handy) in den 1990er Jahren entstanden ist, und das weniger der Übermittlung sinnhafter Informationen dient, sondern in erster Linie der Aufrechterhaltung von sozialen Bindungen. An einem älteren Beispiel aus der Anfangszeit der Mobilfunkkommunikation verdeutlicht Kitada, was mit autotelischer Konnektivität gemeint ist. Unter japanischen Jugendlichen war es in den 1990er Jahren sehr verbreitet, sich untereinander mit dem Handy kurz anzuklingeln (jap.: *wan-giri*), allerdings ohne dass die angerufene Person abhebt, um sich die damals noch extrem hohen Gesprächsgebühren zu sparen. Dieser vollständig kostenlose und rein konnektive Kommunikationsakt ermöglichte es, sich gegenseitig zu signalisieren, dass man im Kontakt steht. Die Kommunikation ist also Selbstzweck (sprich „auto-telisch"); das Ziel der Kontaktaufnahme ist nicht die unmittelbare Anschlusskommunikation (ist also nicht zwingend dialogisch), sondern dient einzig und allein der wechselseitigen Vergewisserung eines fortbestehenden Kontakts zwischen Menschen. Sie ist rein konnektiv. Auch wenn diese Nutzung eines Mobilfunktelefons sicherlich nicht der intendierten Affordanz entspricht, kann sie zweifelsohne als Frühform einer im digitalen Zeitalter immer wichtiger gewordenen autotelischen Kommunikation betrachtet werden.

Kitada bezeichnet diese verhältnismäßig rudimentäre Art soziale Bindungen zu unterhalten aus soziologischer Sicht als „konnektive Sozialität" (*tsunagari no shakai-sei*) (Kitada 2005: 206, 2012: 138–141). Bereits in seiner allerersten Veröffentlichung zum Thema hat Kitada (2005) darauf hingewiesen, dass sich zeitgleich mit der Verbreitung der digitalen Konnektivität in Japan auch ein

1 Das Buch ist bisher nur auf Japanisch erschienen; ein sehr limitierter Auszug des Buches in englischer Sprache wurde 2012 veröffentlicht (vgl. Kitada 2012).

autotelischer Kommunikationsstil unter japanischen Internet-Rechten (*netto uyoku*) ausgebreitet hat, der nicht nur große Ähnlichkeiten zu dem der später in den USA entstandenen Alt-Right aufweist, sondern dieser in gewisser Hinsicht sogar als Vorbild diente (vgl. Fujioka/DeCook 2021; Tsunehiro 2016). Die Parallelen zwischen beiden haben nicht nur eine technologische Dimension, denn sowohl die japanische Internet-Rechte als auch die US-amerikanische Alt-Right haben sich in ihren Anfängen auf den gleichen sozialen Plattformen vernetzt, nämlich dem ursprünglich in Japan erfundenen Imageboard 2chan (bzw. seinem US-Ableger 4chan), sondern teilen auch den gleichen zynischen und rassistisch-misogynen Humor und ein nicht-dialogisches destruktives Onlineverhalten (vgl. den Abschnitt „Zynismus“ in Kapitel 2).[2]

Die von Kitada als autotelisch beschriebene Konnektivität lässt sich mit einem Begriff des Anthropologen Bronislaw Malinowski (1923) auch als „phatisch“ bezeichnen. Damit meint Malinowski (1923: 315) „einen Typus des Sprechens, bei dem die Verbindungen einer Vereinigung durch den bloßen Austausch von Worten hergestellt werden“. Neben dem Erzählen von Witzen oder dem formlosen Plaudern nennt Malinowski (1923: 314) auch das gegenseitige Grüßen als Beispiel für diese Form der Kommunikation, die eine „phatische Gemeinschaft“ (*phatic communion*) erzeugen und aufrecht erhalten kann. Während das Erzählen von Witzen oder das alltägliche Schwätzchen verbale kommunikative Akte sind, kann das Grüßen auch nur aus einfachen nonverbalen Signalen (Winken oder Anlachen) bestehen, die aber dennoch die gleiche soziale Funktion erfüllen wie verbale Kommunikationsakte und eine „Atmosphäre der Geselligkeit“ (*atmosphere of sociability*) generieren (Malinkowski 1923: 314–315). Mit dem Begriff der „phatischen Kommunikation“ (Baudrillard 1989: 14–16) lassen sich folglich sowohl sprachliche als auch nonverbal-signalhafte Formen der Kommunikation bezeichnen, die weitere (z.B. referenzielle oder emotive) Kommunikation her- und sicherstellen.

2 Lange vor Angela Nagle hat der japanische Soziologie Akihiro Kitada (2005, 2012) auf eine anfangs spielerisch-ironische Haltung gegenüber den liberalen Massenmedien oder progressiven Politiker*innen hingewiesen, die sich nach und nach in eine milieutypische zynische Haltung entwickelt hat. Eine Entwicklung also, die Nagle (2018: 2–5) mehr als zehn Jahre später auch für die Alt-Right in den USA als Übergang von einer „reaktiv-ironischen“ Haltung hin zu einer „nihilistisch-zynischen“ beschreibt, die sich in erster Linie ebenfalls gegen liberale Politiker*innen oder Medien richtet. Zum Verhältnis von sozialen Medien und dieser Internet-Rechten *(netto uyoku)* in Japan siehe auch Schäfer et al. (2017) und Fuchs und Schäfer (2021).

Phatische Kommunikation dient also in erster Linie dem Aufbau bzw. der Aufrechterhaltung des sozialen Kontakts mit kommunikativen Mitteln, die auch einen simplen Signalcharakter haben können. Die „phatische Funktion“ umfasst daher sowohl eine „kontaktive“ (also „medial“ auf das physische Kontaktmedium bezogene) als auch eine „soziative“ (auf soziale Verbindung als „phatische Gemeinschaft“ gerichtete) Dimension (Gröschel 1983). Das lässt sich besonders gut am bereits angeführten Beispiel des gegenseitigen Grüßens nachvollziehen, dessen Zweck einzig und allein darin besteht, dem Gegenüber zu signalisieren, dass nach wie vor eine Verbindung untereinander besteht. Menschen, die im sozialen Gefüge einer besonders aufmerksamen Nachbarschaft (z.B. auf dem Dorf) aufgewachsen sind, wissen vermutlich, welche dramatischen und langfristigen Folgen es haben kann, wenn man es versehentlich oder absichtlich unterlässt, eine andere Person in diesem Nahumfeld zu grüßen. Die phatische Konnektivität soll „die Kontinuität des Austausches“ sicherstellen, und zwar „durch Zeichen, die ohne jeden spezifischen Inhalt irgendwie bestätigen, dass ‚es' abläuft, dass die Kommunikation nicht unterbrochen wird“ (Baudrillard 1989: 15–16). Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass phatische Kommunikation wechselseitig ist, aber nicht zwingend diskursiv. Zudem ist sie vergleichsweise unmissverständlich, da sie wie der aus Nullen und Einsen bestehende digitale Binärcode auf der ausschließlichen Affirmation oder Negation von Sozialkontakten beruht. Diese binäre Struktur dürfte einer der wichtigsten Gründe dafür sein, warum die phatische Kommunikation sich so gut für digitale Kommunikation eignet.

Der Clou an den sozialen Medien ist – und darin liegt durchaus auch einer der wichtigsten Gründe für ihre große Popularität –, dass die aus der phatischen Kommunikation hervorgehende konnektive Sozialität zum zentralen Element ihrer Plattformarchitektur gemacht wurde. In der angloamerikanischen Medienwissenschaft haben sich zur Bezeichnung der konnektiven Funktionalität der sozialen Medien die Begriffe „phatic technology“ (Wang et al. 2011) und „phatic culture“ (Miller 2008) durchgesetzt. Soziale Medien sind also vor allem „phatische Medien“, sie generieren und erhalten ein Gefühl der konnektiven Gemeinschaftszugehörigkeit und parasozialen Verbundenheit. Phatisch kommunizieren lässt sich auf den sozialen Medien sehr einfach anhand „funktionaler Kommunikationsoperatoren“ (Thimm et al. 2012: 292), also Gefällt-mir-Buttons, @-Zeichen, Hashtags oder Retweets, durch die sich mit dem bloßen Klicken eines Buttons oder der Verwendung eines Symbols ganz simpel eine phatische Funktion ausführen lässt. Zizi Papacharissi (2015: 34–35) erläutert dies am Beispiel des Hashtags, den sie als „conversational marker“ bzw. „adressivity marker“ bezeichnet. Der Hashtag generiere ein „emotives und kollektivierendes“ Gefühl

von Gemeinschaft, was die besondere „konnektive Affordanz der sozialen Medien" ausmache (Papacharissi 2015: 27 und 9; Übersetzung von F.S.). Der Gebrauch dieser konnektiven Operatoren ist von den Nutzer*innen sozialer Medien inzwischen genauso habitualisiert wie das phatische Grüßen in den von Malinowski beschriebenen Alltagssituationen. Damit hat sich mit dem Entstehen der sozialen Medien in der Mitte der 2000er Jahre verwirklicht, was Baudrillard (1989: 15–16) bereits in den 1980er Jahren prophezeit hat, dass nämlich „die phatische Funktion in ihrer limitierten Form das ganze Feld der Kommunikation erobern" werde.

Anhand der von Kate Crawford und danah boyd (2012) vorgenommenen Unterscheidung zwischen „artikulierter" und „verhaltensmäßiger" Vernetzung lässt sich die Bedeutung der Konnektivität auf den sozialen Medien genauer nachvollziehen. Unter artikulierter Konnektivität verstehen sie stabilere soziale Bindungen auf den sozialen Medien, die sich anhand der Listen von Freund*innen oder Follower*innen als klassisches soziales Netzwerk darstellen lassen. Diese wiederum unterscheiden sie von der „verhaltensmäßigen" Konnektivität, die sich aus dem individuellen Kommunikationsverhalten ergibt. Dazu gehören sowohl gepostete audiovisuelle oder textuelle Inhalte als auch das phatische Liken oder Teilen von Posts. Neben der unterschiedlichen Stabilität der verhaltensmäßigen und der artikulierten Konnektivität unterscheiden sich beide auch hinsichtlich ihrer Reichweite. Während die Reichweite der artikulierten Konnektivität auf den Freundes- oder Follower*innenkreis beschränkt ist, reicht die verhaltensmäßige Konnektivität potenziell viel weiter als das artikulierte Netzwerk, da sich Posts, Tweets oder Kommentare weit über das eigene Freund*innennetzwerk hinaus verbreiten können, indem sie von Anderen weiter geteilt oder gelikt werden.

Der Soziologe Vincent Miller kommt zu dem Schluss, dass die auf den sozialen Medien vorherrschende „phatische Kultur" zu einer „Verflachung" der sozialen Netzwerke und damit zu einem Anstieg der nicht-dialogischen bzw. nicht-informatorischen und habitualisierten Kommunikation geführt hat. Überspitzt ausgedrückt bedeutet dies, dass Likes letzten Endes über die Reichweite eines Beitrags entscheiden und nicht primär dessen Inhalt. Die sozialen Medien unterliegen damit den Regeln einer Aufmerksamkeitsökonomie, die Carolin Gerlitz und Anne Helmond (2013) als „*Like economy*" bezeichnet haben. Aufmerksamkeitsökonomie und phatische Kommunikation sind auf den sozialen Medien eng miteinander verwoben, betont Vincent Miller, denn die Nutzer*innen sozialer Medien müssten ihre Kommunikation und die sich in ihr ausdrückende Nähe zu Anderen „verdichten", um in der drastisch angestiegenen „Ausdehnung" ihrer

sozialen Netzwerke noch wahrgenommen zu werden. Damit ist nicht nur eine Kompression von Sprache durch gängige Abkürzungen gemeint, sondern vor allem auch die weniger zeitaufwendige phatische Kommunikation mittels der genannten funktionalen Operatoren, die als Ersatz für eine zeitintensive sprachliche und dialogische Kommunikation dienen kann. Durch die funktionalen Operatoren kann mit geringem Zeitaufwand sowohl „Beachtung signalisiert“ als auch „Aufmerksamkeit eingefordert“ werden (Miller 2008: 395; Übersetzung F.S.). Die Dynamik dieser Kommunikation hat sich längst umgekehrt, denn aus der *Möglichkeit* phatisch zu kommunizieren ist fast schon ein *Zwang* geworden. Denn soziale Medien fordern „Gefühlsarbeit […] beständig und eigendynamisch ein“, sie forcieren „affektive Kommentare“ und „emotionale Betroffenheits- und Statusmeldungen“ (Strick 2021: 134).

Wie wir sehen werden, machen sich gerade neurechte und rechtspopulistische Akteur*innen diesen Mechanismus der sozialen Medien strategisch zunutze. Denn dass „rechte Inhalte und Positionen – rassistischer, antisemitischer, antifeministischer, antipluralistischer, nationalistischer und gewaltverherrlichender Natur – sich als Eindrucksortierer und Automatismen im Netz fest etabliert haben, ist […] kein Zufall“ (Strick 2021: 66–67). Insbesondere die radikal verknappte Sprache, die stark pointierten und grenzüberschreitenden Aussagen und die nicht-dialogische Kommunikation der rechtspopulistischen Diskursstrategie stehen in einer fruchtbaren Wechselbeziehung mit der basalen und binären phatischen Konnektivität der sozialen Medien (vgl. den Abschnitt „Metapolitik“ in Kapitel 3).

1.2 Datenbank als kulturelle Form des digitalen Zeitalters

Unter Datenbanken versteht man strukturierte Sammlungen von zusammengehörigen Informationen. Die beiden Medienwissenschaftler*innen Whitney Phillips und Ryan Milner (2017: 21) nennen neben der „Konnektivität“ auch „Modularität“, „Archivierbarkeit“ und „Zugänglichkeit“ als wichtige Affordanzen der digitalen Medien. Archivierbarkeit und Zugänglichkeit (bzw. „Akzessibilität“) verweisen darauf, dass digitale Inhalte in Datenbanken gespeichert und entsprechend einer für die jeweilige Datenbank charakteristischen Ontologie strukturiert und klassifiziert werden. Mit Modularität wird die Möglichkeit der uneingeschränkten Reproduzierbarkeit und spielerischen Modifizierbarkeit von digitalen Medieninhalten bezeichnet.

Die „Modularität“ digitaler Medieninhalte besteht darin, dass sie sich als autonome Elemente modifizieren und immer wieder neu kombinieren und variieren lassen, und zwar ohne dass dadurch das ursprüngliche Objekt in seiner Integrität beschädigt wird (Manovich 2002: 31). Im Unterschied zum „zerstörerischen Gestus der Avantgarde“ der 1920er Jahre, der sich direkt gegen realistische und figurative Darstellung wandte, indem er „vor allem mit Collage- und Montageverfahren experimentierte“, hat die „Digitalisierung […] kombinatorische Verschnitte auf der ‚genetischen‘ Ebene (wie z.B. das ‚Morphing‘)“ möglich gemacht, „die Formen der Hybridisierung und genreübergreifenden Synthesen hervorbringen“ (Barck et al. 2005: Bd. 5, 578). Digitale Medienobjekte sind nämlich nicht an die Materialität eines physischen Mediums gebunden, sondern existieren virtuell, gespeichert auf Datenträgern, hinterlegt in Datenbanken (Manovich 2002: 36). Ein neu zusammengesetztes digitales Werk zerstört oder überschreibt das alte also nicht, vielmehr können Altes und Neues als identische Wiederholung (bzw. Kopie) oder als Variante (bzw. Parodie) nebeneinander existieren.

Am Beispiel der Internet-Memes lässt sich diese Kombination aus Wiederholung (Imitation) und Varianz digitaler Medien besonders gut nachvollziehen. Nicht nur die Meme-Kultur, auch die „metapolitische“ Strategie von Rechtspopulist*innen sowie der Neuen Rechten basiert auf sprachlichen Wiederholungen und Varianten von Chiffren und Codes, die strategisch als kommunikative Stilmittel eingesetzt werden (auf den Zusammenhang zwischen Meme-Kultur und Metapolitik wird in Kapitel 3 genauer eingegangen).

Duale Struktur von Datenbank und Interface

Dem Medientheoretiker Lev Manovich (2002) zufolge ist die Datenbank mit ihrer spezifischen, nicht-linearen Ontologie zur „Schlüsselform“ kultureller Ausdrucksformen des digitalen Zeitalters geworden (vgl. auch Burkhardt 2015). Durch sie sei das „privilegierte Narrativ“ der Moderne, sprich die lineare Erzählung, als künstlerisches Ordnungsprinzip abgelöst worden. Schließlich müssen digitale Medienobjekte nicht zwingend eine lineare Geschichte erzählen, benötigen also keinen Anfang und kein Ende, und müssen auch nicht in einer vorgegebenen Reihenfolge rezipiert werden. So sind etwa Spotify-Playlisten oder gespeicherte YouTube-Videos private Sammlungen individueller „Items“, deren Rezeption nicht zwingend in der vorgegebenen Serialität einer Langspielplatte oder des Rundfunkprogramms erfolgt, sondern als gewissermaßen nebeneinander stehende Medienobjekte selektiv konsumiert werden können (Manovich

2002: 218). In der Datenbank offenbart „sich die Welt […] als endlose und unstrukturierte Kollektion von Bildern, Texten und anderen Datensätzen" (Manovich 2002: 219). Manovich geht davon aus, dass die neue kulturelle Form der Datenbank nicht nur die Medienrezeption revolutionär verändert hat, sondern die kulturelle und künstlerische Produktion durch ihre spezifische Logik und Ontologie fundamental beeinflusst (Manovich 2002: 223).

Der japanische Philosoph Hiroki Azuma (2009) erläutert die unterschiedlichen Ontologien der Moderne und der Postmoderne, zu der er das digitale Zeitalter zählt, in seinem Buch *Otaku: Japan's Database Animals* anhand zweier jeweils vorherrschender Modi der Medienrezeption. Der Rezeptionsmodus der Moderne lässt sich als Baumstruktur darstellen, bei der die vielen „kleinen Erzählungen" (die Äste eines Baumes) einzelner literarischer oder künstlerischer Werke aus wenigen dominanten „großen Erzählungen" (Ideologien, Weltbilder) gespeist werden (der Stamm des Baumes). In der digitalen Postmoderne hingegen lassen sich die kleinen Erzählungen aus in Datenbanken hinterlegten Einzelfragmenten modular und variabel zusammensetzen, was wir eingangs als „Modularität" und „Archivierbarkeit" der digitalen Medien bezeichnet haben. Mit der Verbreitung der digitalen Datenbank hat sich aber nicht nur die Produktionsweise kultureller und künstlerischer Objekte radikal verändert, sondern auch ihre Rezeption. Denn digitale Medien bestehen immer „aus einem oder mehreren Interfaces zu einer Datenbank aus multimedialem Material" (Manovich 2002: 227). Durch die direkte Zugriffsmöglichkeit („Akzessibilität") auf „modulare" digitale Medienobjekte in Datenbanken ist nicht nur der Zugriff auf das fertige Medienobjekt über die Interface- bzw. Anwendungsebene möglich, sondern auch auf die diesen Objekten zugrundeliegenden Einzelelemente in der Datenbank. Während in der vordigitalen Moderne „Künstler ihre einzigartigen Kunstwerke in einem bestimmten Medium" geschaffen haben, das Kunstwerk also untrennbar mit der Materialität dieses Mediums verknüpft war (Interface und Datenbank also gewissermaßen untrennbar miteinander verbunden waren), ist es im Falle digitaler Medienobjekte möglich geworden, „unterschiedliche Interfaces zum gleichen Material zu erschaffen", die dann als „unterschiedliche Versionen der gleichen Arbeit" existieren können (Manovich 2002: 227).

Mit der Digitalisierung ist es also möglich geworden, sich (legalen oder illegalen) Zugriff auf die einem digitalen Medienobjekt zugrundeliegenden Elemente bzw. Rohdaten zu verschaffen, die in einer Datenbank jenseits der Oberfläche des Nutzerinterface hinterlegt sind. Um es in der eingangs eingeführten Terminologie auszudrücken, ist es grundsätzlich möglich, sich Zugriff („Akzessibilität") auf die in der Datenbank hinterlegten Elemente („Archivierbarkeit")

zu verschaffen, und diese zu immer neuen Varianten („Variabilität") zusammenzufügen („Modularität"). Für diese „Demokratisierung" der kulturellen und künstlerischen Produktionsmittel hat die Kommunikations- und Marketingtheorie so schillernde Begriffe wie „Prosumer" (ein Kofferwort aus Produzent*in und Konsument*in) oder „*user-generated content*" hervorgebracht. Diese Begriffe sind nicht ganz falsch, denn ohne die durch Prosument*innen generierten Inhalte gäbe es auf YouTube keine Videos und auf Facebook keine Profilseiten.

Die Liste an möglichen Beispielen für das, was Azuma (2009) in seinem Buch als postmodernen bzw. postnarrativen „Datenbankkonsum" bezeichnet, erscheint schier unendlich. Sie reicht von der selektiven und individualisierten Form des Musikhörens durch die Shuffle-, Playlisten- oder Repeat-Funktionen von Mediaplayern, durch die das einzelne Musikstück aus dem generischen Kontext oder der Reihenfolge eines zeitlich linear gehörten Albums herausgelöst wird, über die zunehmend an die Stelle des Fernsehens gerückte individuelle und fragmentarische Rezeption audiovisueller Inhalte auf Videoplattformen und in Onlinemediatheken bis hin zur Erschaffung von (urheberrechtlich nicht immer legalen) Variationen und Parodien existierender audiovisueller Medieninhalte. Zu Letzteren gehören selbst zusammengeschnittene und auf YouTube hochgeladene Videos genauso wie mit Computerspielen generierte Trickfilme (*Machinima*) oder modifizierte Videospiele (*Mods*). Auch Memes sind ein gutes Beispiel für einen dekontextualisierten und postnarrativen Datenbankkonsum, da sie aus seriellen Variationen von multimedialen Text-Bild-Kombinationen bestehen, die aus einer Datenbank von Texten und Bildern immer wieder neu kreiert werden können (vgl. Kapitel 3).

„Der Spielverderber ist ganz etwas anderes als der Falschspieler. Dieser stellt sich so, als spiele er das Spiel, und erkennt dem Scheine nach den Zauberkreis des Spiels immer noch an."

Johan Huizinga, *Homo Ludens*

2. Ideologie und Praxis der Ambiguität

Der Zynismus zeichnet sich als Ideologie und Haltung durch eine Ambiguität aus, die sich in der strategischen sprachlichen Unschärfe der neurechten und rechtspopulistischen Metapolitik genauso wiederfindet, wie im bewusst grenzüberschreitenden und vermeintlich ironischen Humor einschlägiger Onlinecommunitys. Mit Ambiguität ist ein Zustand der Mehr- bzw. Uneindeutigkeit gemeint; in der Linguistik spricht man von Ambiguität, wenn ein Zeichen oder Wort mehrere Bedeutungen besitzt. Aus soziologischer Sicht kann der Begriff auf eine Situation der Unklarheit verweisen, in der man keine Vorstellung davon hat, mit welcher Wahrscheinlichkeit bestimmte Ereignisse eintreten. Im konnektiven Zynismus begegnet uns die Ambiguität sowohl in Gestalt einer bewusst *zynischen* Haltung als auch im Moment des *Spielerischen*, das sich im kompetitiven Tabubruch mit grenzüberschreitenden Witzen genauso offenbart wie im politisch-strategischen Spiel mit neurechten Chiffren und Codes (wortwörtlich im Sinne von Wort*spielen*). Der konnektive Zynismus ist mit anderen Worten ein Feld der ironischen oder strategischen Zwischentöne, in dem man sich jederzeit darauf berufen kann, etwas nur aus Spaß gesagt oder gar nicht so gemeint zu haben. Für den Rechtspopulismus ist diese sprachliche Ambiguität zentrales Element des politischen Kommunikationsstils und der metapolitischen Mobilisierungsstrategie; für Influencer*innen, die mit abseitigem Humor Geld verdienen, ist sie hingegen monetarisierbarer Unternehmenszweck.

2.1 Zynismus als aufgeklärtes falsches Bewusstsein

Anders als im Falle der Ironie, bei der in satirischer Absicht das Gegenteil dessen gesagt wird, was eigentlich gemeint ist, meinen Zyniker*innen ohne jede Doppelbödigkeit das, was sie sagen. Sie tun das im Bewusstsein, dass sie gegen etablierte Werte und Normen verstoßen. Peter Sloterdijk (1983: 37) bezeichnet den Zynismus deshalb als „aufgeklärtes falsches Bewusstsein“, also als „modernisiertes unglückliches Bewusstsein, an dem Aufklärung zugleich erfolgreich und vergeblich gearbeitet hat.“ Für den Religionswissenschaftler Klaus Heinrich (1982: 147, 155) ist der moderne Zynismus das „Abschieben einer Erkenntnis um einer Selbstbehauptung willen“, sprich der „Ausdruck einer stummen, wissenden Indifferenz“,

die aus einem „drohenden Sinnverlust“ resultiert. Zyniker*innen sind nämlich zumeist gutsituiert, haben sich gut im bestehenden System eingerichtet, fühlen sich aber dennoch miserabel behandelt, weshalb sie glauben, „Opfer zu sein und Opfer zu bringen“ (Heinrich 1982: 147, 155). Diese Haltung lässt sich sehr gut anhand von Studien zu den Teilnehmer*innen der Pegida-Demonstrationen nachvollziehen, die eben nicht von sozial benachteiligten Rentner*innen und Arbeitslosen getragen wurden, sondern in großen Teilen von gut ausgebildeten und berufstätigen Menschen aus der Mittelschicht.[1] Auch bei vielen AfD-Wähler*innen ist es Umfragen zufolge eher die abstrakte Angst vor einem sozialen Abstieg als eine akute Existenzbedrohung, die die eigene Haltung bestimmt.[2]

Simon Strick beschreibt den neurechten und rechtspopulistischen Grundaffekt als das Empfinden, zu einer marginalisierten „Risikogruppe“ zu gehören, zu einer „vom Aussterben bedrohten Art“ (Strick 2021: 123). Dieser Grundaffekt basiert folglich nicht nur auf der rassistischen Abwertung „Anderer“, sondern auch auf der „weißen Betroffenheit“ durch eine „existenzielle Bedrohung“ (Strick 2021: 127). Strick (2021: 124) bezeichnet die neurechte und rechtspopulistische Ideologie daher auch als „reflexiven Faschismus“ (in Anlehnung an Ulrich Becks Begriff der Risikogesellschaft), weil dieser nicht als ideologische „Rückwärtswendung“ missverstanden werden dürfe, sondern als reflexive Weiterentwicklung des Faschismus verstanden werden müsse, der „sich veränderten Zeiten, Medien, Kontexten und Gesellschaftsbedingungen gestaltwandelnd an[ge]passt“ habe (Strick 2021: 110). Dieser reflexive Faschismus affiziere ein Bewusstsein, in dem sich „rechte Gefühle“ in „existenziellen und artenschützenden Begriffen“ artikulierten; diese „mobilisieren affektiv eine Selbstschutz-Bewegung von unten. Der rechte Diskurs distanziert sich daher selbst vom Begriff ‚Fremdenhass‘ und (v)erklärt ihn zur ‚Selbstliebe‘“ (Strick 2021: 124).

Zyniker*innen zeichnen sich in der Regel durch eine generelle Unzufriedenheit mit der Politik aus. Das heißt, dass sie nicht unbedingt unglücklich darüber sind, in einem demokratischen System zu leben, sie fühlen sich aber als selbst ernannte Minderheit dennoch nicht hinreichend repräsentiert. Diese „Distanz bei gleichzeitiger Zustimmung gegenüber herrschenden Machtverhältnissen“ ist typisch für den modernen Zynismus (Fricke et al. 1997: 901–902). Das heißt

1 Vgl. bspw. die Studie des Dresdner Politikwissenschaftlers Hans Vorländer, abrufbar unter https://tu-dresden.de/tu-dresden/newsportal/news/pegida_pk (Zugriff am 19.9.2022).

2 Vgl. https://www.zeit.de/politik/deutschland/2016-11/afd-waehler-geringverdiener-spd-die-linke-forsa-umfrage (Zugriff am 19.9.2022).

mit anderen Worten, dass es Zyniker*innen im Grunde nicht um die völlige Überwindung oder Abschaffung der freiheitlich demokratischen Ordnung geht. Sie widersetzen sich öffentlich der herrschenden Ordnung und den geltenden Moralvorstellungen, brauchen diese aber paradoxerweise auch, weil es sonst ja nichts gäbe, wogegen sie sich auflehnen könnten. Sie benötigen ein Moralsystem, um es von innen heraus bekämpfen zu können. Denn der „Zyniker ist insofern nicht amoralisch, als er einen Sinn für moralische Werte und Normen durchaus hat. Er muß sie ja wenigstens kennen, um sie offen und ostentativ verachten und verletzen zu können" (Fetscher 1983: 112).

Um im Begriff des Spiels zu bleiben: Zyniker*innen sind keine „Spielverderber", weil sie das Spiel nicht zerstören, sondern es nur für ihr eigenes zynisches Spiel missbrauchen. Dazu braucht es Spielregeln, denen sie sich im Spiel widersetzen können. Deshalb sind sie „Falschspieler", die „in der Welt des Spiels" bleiben. Selbst wenn sie die Regeln des Spiels „umkehren", tun sie immerhin noch so, als würden sie diese „respektieren" (Huizinga 2017: 18–21). Zyniker*innen verhalten sich also zynisch, weil sie die Spielregeln zwar anerkennen (denn sonst gäbe es ja kein Spiel mehr), aber die gemeinhin akzeptierten Spielregeln *vor den Augen aller* in ihrem Sinne uminterpretieren, indem sie z.B. bewusst die Unwahrheit behaupten oder Aussagen ambig halten (vgl. den Abschnitt über Halbwahrheiten und Verschwörungserzählungen weiter unten in diesem Kapitel). Diese „eindeutige Uneindeutigkeit" der zynischen Haltung weist eine hohe Kompatibilität mit der „ernsthaften Unernsthaftigkeit" oder „wirklichen Unwirklichkeit" des Spiels auf. Oder anders formuliert: im konnektiven Zynismus verschränkt sich die bewusste Ambiguität einer zynischen Haltung mit der ontologischen Ambivalenz des Spiels (vgl. den anschließenden Abschnitt „Spiel" in diesem Kapitel).

Zynismus und Humor

Im digitalen Zeitalter ist es neben dem politischen Zynismus neurechter Populist*innen (vgl. den Abschnitt „Metapolitik" in Kapitel 3) vor allem ein spezifisch zynischer Internethumor, in dem der Zynismus (sub-)kulturell seinen Ausdruck findet. Auch Humor ist im Grunde Spiel, nämlich das „Spielen" mit kulturellen „Sinninhalten", die in einem „unernsten" Modus spielerisch verändert werden. Wie das Spiel eröffnet auch der Witz einen Raum für das Unernste bzw. „Falsche" im Ernst der Wirklichkeit (Zijderveld 1976: 21, 25–26). Ähnlich wie das Spiel braucht auch das Erzählen eines Witzes eine gewisse Rahmung, die diesen Raum

für das Unernste im Ernsten eröffnet. Das passiert nicht selten mit einer sprachlichen Einleitung wie der Redewendung „Kennst du den schon?“ (Kotthoff 1996: 7). Ist der „Eintritt“ in die „unernste Sinnprovinz“ des Witzes durch diese Rahmung erfolgt, lassen sich mit ihm – genau wie im Spiel – „die Regeln der dominanten Alltagswelt“ durchbrechen, unterlaufen oder umkehren (Moebius 2018: 8).

Eine herausragende „Technik des Witzes“ ist der ironische „Doppelsinn“ (Freud 1999: 34–42). Zur Doppelsinnigkeit gehören Metaphorik, Wortspiel, Zweideutigkeit und Anspielung: „Beim Doppelsinn enthält der Witz […] ein mehrfacher Deutung fähiges Wort, welches dem Hörer gestattet, den Übergang von einem Gedanken zu einem anderen zu finden“ (Freud 1999: 56). Henri Bergson spricht deshalb von der „Interferenz zweier Gedankensysteme im gleichen Satz“, die eine „unversiegliche Quelle witziger Effekte“ sei (Bergson 2011: 87). Gerade im Falle des ironischen Witzes liegt die „Verständnisarbeit“ bei der Zuhörerschaft, die den jeweiligen ernst gemeinten Sinn entschlüsseln (können) muss – so wie auch im Spiel die gespielte Wirklichkeit von allen Mitspielenden geteilt werden muss. Ein ironischer Witz funktioniert also nur dann als Witz, wenn er auf seine Zuhörer*innenschaft abgestimmt ist, damit diese den für das Verstehen eines doppelsinnigen Witzes notwendigen Kontext mitdenken kann.

Anders als beim ironischen Witz, der einer Auflösung der doppelsinnigen Spannung bedarf, wird diese Ambiguität im Falle des zynischen Humors strategisch und bewusst konstant in der Schwebe gehalten, um eine größtmögliche Offenheit der Interpretation zuzulassen. Dadurch wird es möglich, dass eine bestimmte adressierte Zuhörer*innenschaft Aussagen wortwörtlich versteht und gerade nicht ironisch. In den meisten Fällen gibt es gar keinen zu entschlüsselnden ironischen Kontext. An die Stelle des Kontextes tritt dann der Konnex, sprich es sollen vor allem phatische Konnektivitäten durch einschlägig bekannte Codes und Schlagwörter erzeugt werden. Auf der Ebene der bewussten und nicht aufgelösten Ambiguität treffen sich zynischer Witz und rechtspopulistische Diskursstrategie (vgl. den Abschnitt „Metapolitik“ in Kapitel 3).

Zynischer Humor erfüllt eine doppelte *psychische* und *soziale* Funktion, denn er dient einerseits der subjektiven *Selbstbehauptung*, die ihren Ursprung in dem bereits erwähnten „drohenden Sinnverlust“ von Zyniker*innen hat, er ist anderseits aber auch Mittel zur *Vergemeinschaftung*, und zwar mittels eines geteilten grenzüberschreitenden Humors. Beide Dimensionen haben konstruktive wie destruktive Seiten, so wie es auch ein positives und ein negatives Lachen gibt. Der Philosoph Odo Marquard unterscheidet daher das (zynische) „rohe Auslachen“ vom (ironischen) „humoristischen Anlachen“. Ersteres, das „Wegspotten“, wolle die Wirklichkeit aus unserem Leben „vertreiben“; Letzteres „bittet […] –

liebevoll spöttisch – zusätzliche Wirklichkeit, die offiziell geleugnet wird, wenigstens inoffiziell in unser Leben hinein; denn man lacht sie nicht aus, sondern man lacht ihr zu, lacht sie an […]" (Marquard 1995: 95). Zyniker*innen lachen also ausschließlich *über* Andere; Ironiker*innen lachen hingegen *mit* ihnen, und in der Regel auch über sich selbst.

Die sich im zynischen Humor ausdrückende Herabsetzung Anderer kann eine Steigerung des eigenen Selbstwertgefühls herbeiführen, hat also einen positiven Effekt für diejenigen, die unter der lautstarken Zustimmung eines Publikums Witze über Dritte machen. Gleichzeitig hat diese Herabsetzung selbstverständlich einen negativen Effekt für diejenigen, auf deren Kosten diese Witze gemacht werden. Die öffentliche Herabwürdigung Anderer – z.B. Minoritäten oder aber auch die häufig gescholtenen „Eliten" – fördert die Entstehung eines Zugehörigkeitsgefühls zur Ingroup. Hinzu kommt, dass sobald das Lachen über „die Anderen" Oberhand gewinnt, die Stimmung so kippen kann, dass ab einem gewissen Punkt nicht mehr nur auf Kosten Dritter gelacht wird, sondern auch auf Kosten derer, die diese Form des herabsetzenden und ausgrenzenden Humors eigentlich ablehnen. Dieser, dem Bystander-Effekt nicht unähnliche, Mechanismus ließ sich an der metapolitischen Strategie von Rechtspopulist*innen besonders gut beobachten, als diese während der sogenannten „Flüchtlingskrise" Flüchtlingshelfer*innen zynisch und abschätzig als „Gutmenschen" titulierten und damit einen eigentlich positiv konnotierten Begriff pejorativ umdeuteten (vgl. den Abschnitt „Metapolitik" in Kapitel 3).

Auf die psychische und soziale Funktion des Zynismus („destruktive Selbstbehauptung" und „Vergemeinschaftung") wird im folgenden Abschnitt unter Verwendung von Beispielen noch konkreter eingegangen.

Zynismus als destruktive Selbstbehauptung und Mittel zur Vergemeinschaftung

Peter Sloterdijk stellt den modernen Zynismus dem antiken „Kynismus" gegenüber, der sich als populäre Ablehnung der öffentlichen Kultur mit den Mitteln der Ironie und des Sarkasmus ausdrückt. Obwohl Kynismus und Zynismus beides „Formen der Selbstbehauptung" (Niehues-Pröbsting 1988: 16) sind, liegt der wichtigste Unterschied zwischen beiden im Gebrauch der Ironie. Während sich antike Kyniker*innen wie Diogenes sowohl durch die animalische Selbstbehauptung der selbstgenügsamen Askese als auch durch die intellektuelle Selbstbehauptung ihrer moralischen und witzigen aufklärerischen Schlagfertigkeit Gehör

verschafften (Satire, Parodie usw.), ist Humor im Zynismus bloß ein „aggressives Mittel der Selbstbehauptung“ (Niehues-Pröbsting 1988: 223). Der dem kynischen Humor innewohnende „Scharfsinn“ verkommt im Zynismus zu einer bloß der eigenen Selbstbehauptung dienenden destruktiven Strategie.

Sigmund Freud (1999) sieht die Funktion des zynischen Witzes deshalb auch im subjektiven „Lustgewinn“. Er ordnet den zynischen Witz daher in die Kategorie der „tendenziösen“ Witze ein (Freud 1999: 105), die „den anfänglich indifferenten Zuhörer […] in einen Mithasser oder Mitverächter (verwandeln) und […] ein Heer von Gegnern (schafft), wo erst nur einer war“ (Freud 1999: 149). Der aggressiv-destruktive Lustgewinn der Zyniker*innen hat seinen Ursprung im lustvollen Erleben von Befreiung, was auch die Lust an dem zu beobachtenden Schaden am Objekt des Witzes einschließt. Die aus Österreich stammende Kabarettistin und Poetry-Slammerin Lisa Eckhart ist ein gutes Beispiel für diese Form des zynischen Humors. Ihre antisemitischen Tabubrüche im öffentlich-rechtlichen Fernsehen (2018 im WDR und 2021 im ORF) haben die Debatte um die Grenzen der Kunstfreiheit und den Vorwurf der *Cancel Culture* im deutschsprachigen Raum erst so richtig erhitzt. Für Eckhart dürfte die konnektive Weiterverwertung ihrer Auftritte auf den sozialen Medien eine nicht unerhebliche Einnahmequelle sein – das Video des im ORF ausgestrahlten Auftritts wurde auf ihrem persönlichen YouTube-Kanal bereits mehr als 600.000-mal angeschaut (Stand Februar 2022).

Eckharts bekanntester öffentlicher Apologet, der Publizist Henryk M. Broder (2020), beklagt eine reflexhafte Empörung der „Berufsempörten“. Autor Maxim Biller sieht das Problem im deutschen Humor, dessen „Werkeinstellung […] leider die Schadenfreude“ sei – gelacht werde „vor allem aus zwei Gründen: wenn ein vermeintlicher Fehler vorliegt und es nicht der eigene ist“. Der Journalist Hardy Funk (2021) zieht hingegen eine aus der Perspektive des konnektiven Zynismus aufschlussreiche Parallele zur metapolitischen Diskursstrategie der AfD. Auch wenn Eckhart sich von Versuchen der rechtspopulistischen Partei, sie für ihre Zwecke zu instrumentalisieren, öffentlich distanziert hat, trage sie zur Normalisierung antisemitischer Ressentiments bei. Das liege daran, dass ihr „Witz keinen größeren Kontext und nicht die Spur eines doppelten Bodens hat“. Warum nicht? Es gebe keine den Witz brechende Kunstfigur, denn sie spiele nur: sich selbst – eine sich „ambivalent gebende, aber doch allzu leicht durchschaubare rechtspopulistische Komikerin“, die den „Judenwitz nicht persiflierend“ nachahme, sondern diesen schlicht wiederhole – „und damit das antisemitische Klischee“ (Funk 2021). Zynische Wiederholung statt ironischer Demaskierung, das entspricht genau der Logik und dem grenzüberschreitenden Humor auf den

sozialen Medien, wo die Reichweite eines Witzes sich ebenfalls vor allem dadurch bestimmt, ob er die Aufmerksamkeitsschwelle eines völlig übersättigten Internet-publikums überschreitet. Unter diesen Bedingungen darf sich eine verbale Grenzüberschreitung nicht einfach nur wiederholen, jeder neue Witz muss den vorausgegangenen in seiner Krassheit überbieten, um überhaupt noch wahrgenommen zu werden.

Das herabsetzende Lachen über Andere lässt sich selbstverständlich auch strategisch einsetzen. Es kann insofern zu einem strategischen Vorteil verhelfen, als das Auslachen sich als „tödliche Waffe“ verwenden lässt, mit dem politische Gegner*innen wie in einem Boxkampf mit leichten Treffern „präpariert“ werden (Niehues-Pröbsting 1988: 223). Die Medienaktivistin danah boyd (2018; eigene Übersetzung) bezeichnet das als „weaponization“ von Humor, also eine Verwendung von Humor als Waffe, die sich dazu eigne, „die Kommunikationsstrukturen und Weltanschauungen anderer fundamental zu destabilisieren“. Die vorgeschobene Ambiguität des zynischen Humors mache es „schwer zu sagen, was real und was Fiktion ist, was unmenschlich und was ein Witz ist“. Auch die metapolitische Abwehrstrategie, eine Aussage im Nachhinein als „gar nicht so gemeint“ zu deklarieren, wird durch die Doppelsinnigkeit einer Aussage begünstigt. Gerade deshalb gehören das ironische Sprachspiel oder die absichtliche Ambiguisierung eines Statements auch zum diskursiven Waffenarsenal neurechter und rechtspopulistischer Metapolitik (vgl. Kapitel 3 und 4).

Das zynische ausgrenzende Lachen über Andere markiert nicht nur eine außenstehende Gruppe als gegnerisch, sondern erschafft und erhält auch eine Ingroup als phatische Gemeinschaft. Denn soziologisch betrachtet ist „der Inhalt eines Witzes weniger wichtig als die Tatsache, daß der Witz erzählt wird“ (Zijderveld 1976: 14). Die beiden Medienwissenschaftler*innen Phillips und Milner (2017: 98–100) bezeichnen den szenetypischen Humor gewisser Onlinecommunitys daher als eine „folkloristische Ausdrucksform“, die sich anhand dreier Charakteristika näher bestimmen lässt. Erstens hat dieser Humor *Fetischcharakter*, d.h. sein vollständiger emotionaler, politischer oder kultureller Kontext bleibt wie bereits angedeutet im Verborgenen. Die Möglichkeit negativer Auswirkungen auf Andere wird dabei geflissentlich übersehen. Im Zentrum dieses Humors stehen das Witzemachen und das Lachen *innerhalb* der Gruppe – und damit gerade nicht diejenigen, die durch diesen Humor verletzt oder ausgegrenzt werden. Schließlich hat man einen rassistischen oder frauenverachtenden Witz ja nicht „wortwörtlich gemeint“. Seine kohäsive Wirkung erreicht dieser Humor zudem dadurch, dass er zweitens *generativ* ist und drittens *magnetisch* wirkt. Das heißt, dass mit diesem geteilten Humor gemachte Erfahrungen und Beziehungen in ein

dadurch hervorgebrachtes kollektives „Wir“ verwoben werden (was „generativ“ im Sinne eines Gemeinschaftsgefühls wirkt). Das wirkt auf Außenstehende anziehend („magnetisch“), weil man zum einen nicht selbst zur Zielscheibe des ausgrenzenden Humors werden will, und zum anderen natürlich selbst auch dazu gehören will.

Wie Phillips und Milner (2017: 25–26) zugespitzt formulieren, sind solche „folkloristischen“ Kommunikationsformen schon lange vor den digitalen Medien zu „80 Prozent obszön und zu 100 Prozent ambivalent“ gewesen. Wie wir bereits im Abschnitt zur Konnektivität erfahren haben, erweitern die konnektiven Mechanismen der sozialen Medien die Reichweite des ausgrenzenden Humors allerdings exponentiell. Waren die Obszönität und Ambivalenz des folkloristischen Humors eines bestimmten sozialen Milieus bis zum Aufkommen der sozialen Medien vor allem den geschlossenen Öffentlichkeiten des Stammtischs oder der Umkleidekabine vorbehalten (dem „*locker room talk*“ (Nelson 2017) wie Trump-Anhänger*innen eine sexistische Bemerkung des US-amerikanischen Ex-Präsidenten nachträglich zu rechtfertigen versuchten), kann er in der Semi-Öffentlichkeit der sozialen Medien eine nie dagewesene virale Ausbreitung erreichen. Das kommt daher, dass die Konnektivität der sozialen Plattformen die für den geteilten grenzüberschreitenden Humor notwendige „Spielrahmung“ (*play frame*) aufhebt, die eine kollektive Fetischisierung eines bestimmten grenzüberschreitenden Humors überhaupt erst ermöglicht. Plötzlich können Äußerungen oder „Scherze“ dadurch in einem ganz anderen Kontext erscheinen, in dem sie dann überhaupt nicht mehr lustig sind, sondern hetzerisch und justiziabel. Immer häufiger führt dieser konnektiv entfesselte Internethumor dann auch zu physischer Gewalt gegen bestimmte marginalisierte Gruppen (Phillips/Milner 2017: 121).

Zynisches Spiel mit Halbwahrheiten und Verschwörungserzählungen

Spätestens mit dem Entstehen der „Querdenken“-Bewegung scheinen Verschwörungserzählungen auch in der Mitte der Gesellschaft angekommen zu sein. Hinter deren Verbreitung können handfeste ökonomische (vgl. den Begründer der „Querdenken“-Bewegung Michael Ballweg) oder politisch-strategische (Beispiel AfD) Interessen stecken (vgl. Kleffner/Meisner 2021). Ambige, also undurchsichtige und uneindeutige Situationen begünstigen die Verbreitung von Verschwörungsnarrativen, was die Coronapandemie sehr deutlich vor Augen geführt hat. Denn zu Beginn der Krise gab es fast keine wissenschaftlich gesicherten Er-

kenntnisse über die Beschaffenheit des Virus, weshalb für die politischen Entscheidungsträger*innen auch kein belastbares Wissen über wirksame Gegenmaßnahmen vorlag.

Verschwörungsnarrative ähneln in ihrer Verbreitungsweise der von Gerüchten. Der japanische Soziologe Ikutarō Shimizu hat bereits in den 1930er Jahren die These aufgestellt, dass Gerüchte u.a. dann zu kursieren beginnen, wenn öffentlich verfügbare Informationen über ein Ereignis gesamtgesellschaftlichen Ausmaßes unzureichend sind. Gerüchte kommen folglich vor allem dann auf, wenn entweder gar keine Informationen über ein Ereignis aus offizieller oder anderer glaubwürdiger Quelle zur Verfügung stehen oder die bereitgestellten Informationen unvollständig oder inkonsistent sind (vgl. auch Schäfer 2017; Shimizu 1992: 22). Das „latente Publikum", so bezeichnet er die sozialen Träger*innen von Gerüchten, ergänzt die fehlenden Informationen über ein aktuelles Ereignis in solchen Fällen spontan selbst, was den Anfangspunkt eines Gerüchts bzw. einen Motor für die Verbreitung von verschwörerischen Erklärungen darstellen kann.

Im digitalen Zeitalter hat sich dieser Verbreitungsmechanismus von Verschwörungserzählungen und Halbwahrheiten drastisch verschärft. Im digitalen Zeitalter haben wir es mit „Datenlücken" (*data void*) zu tun, wenn keine „hochqualitativen" Informationen aus verlässlicher Quelle zur Verfügung stehen (boyd/Golebiewski 2019). Wenn den Informationsverwaltern des 21. Jahrhunderts (also Suchmachmaschinen wie Google) zu einer Suchanfrage keine Informationen vorliegen, lassen sich diese Informationslücken durch „Medienmanipulator*innen" strategisch ausnutzen (boyd/Golebiewski 2019: 6). Da Suchmaschinen aufgrund ihrer Funktionsweise gewissermaßen Suchergebnisse präsentieren *müssen*, kann es in solchen Fällen passieren, dass auch fragwürdige Informationen relativ weit oben in den Suchergebnissen auftauchen. Den „Manipulator*innen" spielt das in die Hände: Je länger eine unklare Situation anhält, desto mehr Zeit haben sie, „Aufmerksamkeit zu generieren" (boyd/Golebiewski 2019: 19). Im Fall von Ereignissen gesamtgesellschaftlichen Ausmaßes wie der Coronapandemie, während der über einen sehr langen Zeitraum eine gewisse wissenschaftliche und gesundheitspolitische Unsicherheit über deren mögliches Ausmaß bestand, hatten Manipulator*innen folglich besonders viel Zeit, um auf die entstandenen Datenlücken zu reagieren und diese durch teilweise sehr professionell produzierten und stark emotionalisierenden Content auf den sozialen Medien zu füllen (boyd/Golebiewski 2019: 39).

Die rasante Verbreitung von Halbwahrheiten und Verschwörungserzählungen hängt natürlich auch mit der Konnektvität und der Aufmerksamkeitsökonomie der sozialen Medien zusammen, denn diese „operieren" nicht am „binären

Schema *wahr/falsch*, sondern nach Schemata wie *glaubwürdig/unglaubwürdig*, *affektiv/nüchtern*, *konnektiv/geschlossen*" (Gess 2021: 30; Hervorhebungen im Original). Gess (2021: 43) beschränkt sich in ihren Erläuterungen zur Konnektivität auf die narratologische Begründung, dass sich Halbwahrheiten „durch eine die Anschlussfähigkeit erhöhende Vagheit und zur Koproduktion ermutigende Offenheit", also deren Ambiguität, auszeichnen. Auch erkennt Gess (2021: 45) den ludischen Impuls im Verbreiten von Halbwahrheiten, denn ihre „Autorinnen und Autoren (gleichen) eher denen fiktionaler Texte, in denen der Akt des *So-tun-als-ob* sie von den Bedingungen der Aufrichtigkeit entbindet". Allerdings verkennt Hess die besondere technologische Seite der konnektiven Affordanz sozialer Medien in diesem Prozess des Fingierens und Weiterspinnens von Halbwahrheiten und Verschwörungsnarrativen. Der Amerikanist Michael Butter bringt diesen narratologischen und technologisch-konnektiven Zusammenhang hingegen auf den Punkt. Im Internet werde „Wirklichkeit, was Verschwörungstheoretiker immer behaupten: Alles ist miteinander verbunden", denn die „Bedeutungslogik von Verschwörungstheorien entspricht dem Ordnungsprinzip des World Wide Web" (Butter 2018: 180).

Die ludische Dynamik einer als Rätselraten (miss-)verstandenen Suche nach dem *missing link*, nach der einen Information, durch die sich alles letztbegründet erklären lässt, hat der Videospielentwickler Reed Berkowitz (2020) am Beispiel der QAnon-Verschwörungsbewegung in den USA erläutert. Berkowitz vergleicht dieses Ratespiel mit einer Dynamik, die sich bei Pen&Paper-Rollenspielen entwickeln kann. In diesen Rollenspielen geht es darum, mit einer Gruppe von Spieler*innen Monster zu bekämpfen und Aufgaben zu bewältigen. Durch das Abenteuer geführt werden sie von Spielleiter*innen, die selbst nicht mitspielen, sondern den Plot des zu spielenden Abenteuers kennen. In der komplett offenen Spielwelt eines solchen Rollenspiels passiert es nicht selten, dass die Spieler*innen sich auf unbedeutende Ereignisse oder Hinweise versteifen und dadurch von der Verfolgung des eigentlichen Plots abgelenkt werden, weil sie hinter eigentlich bedeutungslosen Einzelheiten scheinbar bedeutungsvolle Zusammenhänge zu erkennen glauben. Ein Phänomen, das in der Psychologie als Apophänie bezeichnet wird. Dieses Verhalten kann den Spielablauf erheblich stören, weil die Spieler*innen den eigentlichen Handlungsstrang dann komplett aus den Augen verlieren können und sich in ihrem Spiel am Ende nur noch im Kreis drehen.

Berkowitz (2020) geht davon aus, dass die Dynamik von Verschwörungsbewegungen diesem Spielphänomen sehr ähnlich ist. Die Anhänger*innen des QAnon-Verschwörungsdenkens, die beispielsweise davon überzeugt sind,

dass eine weltweit agierende, satanistische Elite Kinder entführt, um aus deren Blut ein Verjüngungselixier zu extrahieren, sähen in allem nur noch verstreute Hinweise auf eine Weltverschwörung, die es zu enthüllen gilt. Anders als im Rollenspiel, wo es zumindest einen „wirklichen“ Plot gibt, erschaffen die Anhänger*innen der QAnon-Bewegung sich ihre eigene Wirklichkeit aus willkürlichen Versatzstücken. Die Puzzleteile hierfür finden sie in Alternativmedien oder auf Plattformen wie 2chan, 4chan oder 8chan (bzw. seit November 2019 8kun). Dabei kommt ein weiterer psychologischer Mechanismus zum Tragen. Denn „Wahrheiten“, die Menschen durch aktives Nachforschen selbst herausgefunden haben, aktivieren das Belohnungssystem im Gehirn. Das bringt mit sich, dass Gegenmeinungen zu der eigenen „hart erkämpften Wahrheit“ oftmals als persönlicher Angriff verstanden werden, weshalb die eigene Meinung noch energischer verteidigt wird. Dadurch, dass diese selbst gefundenen „Wahrheiten“ vor allem gegenüber etablierten, und damit als hegemonial empfundenen Institutionen wie dem Journalismus, der Politik oder der Wissenschaft verteidigt werden müssen, verstärkt der Glaube an Verschwörungsnarrative auch das Zugehörigkeitsgefühl zur Ingroup von „Mitwisser*innen“. Deshalb dienen Verschwörungserzählungen auch nicht nur der Bekämpfung eines real erlebten oder potenziell drohenden „Kontrollverlusts“, sondern können auch „Mittel zum Zweck“ sein für „Menschen, die sich gerne besonders und einzigartig fühlen wollen und auch bewusst ‚gegen den Strom schwimmen‘ möchten“ (Nocun/Lamberty 2020: 29–31).

Inhaltlich betrachtet sind Verschwörungsnarrative oft Halbwahrheiten, vermischen also Wahres und Falsches. Wahr ist in der Regel ein bestimmtes Ereignis, für das dann eine Ursache oder Urheber*in herbeifabuliert wird. Das macht Halbwahrheiten und Verschwörungserzählungen auch so wirkmächtig, denn es geht im Grunde gar nicht mehr darum, *was* wahr oder falsch ist. Vielmehr verbirgt sich hinter ihnen ein „spezifisches *Spiel* mit der Wahrheit“, weil sie „sowohl das Festhalten an als auch die Diffusion einer klaren Unterscheidung von ‚wahr‘ und ‚falsch‘“ implizieren (Gess 2021: 13; meine Hervorhebung). Die Entscheidung darüber, ob eine wissenschaftliche Erkenntnis wahr oder falsch ist, wird nicht selten zu einer „subjektiven Angelegenheit“ erklärt, „ja fast zu einer Geschmackssache“ (Fromm 1977: 180). Auch während der Pandemie verbargen sich hinter der vehementen Ablehnung der Coronapolitik bei einigen lediglich ganz „subjektive“ Gründe. Dahinter steckt eine Haltung, die in der Terminologie der Philosophie als umgekehrter naturalistischer Fehlschluss bezeichnet werden könnte: Nur weil etwas nicht so sein *soll* (weil es mir persönlich nicht passt, wie z.B. die Einschränkungen meiner individuellen Freiheit durch Coronabeschränkungen), *kann* es unmöglich so sein (weshalb sich folglich eine größere Ver-

schwörung dahinter verbergen muss). Unterstützt wird diese Haltung durch die Affordanz der sozialen Medien, wo jeder noch so falsche Content affiziert und sich jede Meinung individuell und lautstark kundtun, konnektiv verbreiten und monetarisieren bzw. politstrategisch einsetzen lässt.

Hinter der strategischen Instrumentalisierung von Informationsvakua und Datenlücken durch Rechtspopulist*innen verbirgt sich eine hochgradig zynische Haltung, der die Wahrheit zum bloßen Machtinstrument verkommt. Die Verbreitung von Halbwahrheiten und Fake Facts aus politisch strategischen Gründen hat nicht die „Verkehrung von Wahrheit und Lüge" zum Kern, sondern vielmehr „die vollständige Irrelevanz dieser Unterscheidung" (Gess 2021: 26–27). Sehr deutlich wird dies am Beispiel Trumps, der eine Strategie verfolgt hat, die sein ehemaliger Berater Steve Bannon als „flood of bullshit" bezeichnet hat, was einer „Zensur durch Lärm" (*censorship through noise*) (Pomerantsev 2019) gleichkommt. Das Ziel dieser Strategie ist zum einen Aufmerksamkeit, denn reißerische und aus dem Rahmen fallende Aussagen erregen Aufsehen (weshalb sich Verschwörungsnarrative auch auf den sozialen Medien erfolgreich monetarisieren lassen). Zum anderen dient sie auch dem Machtgewinn, denn dadurch, dass die Leugnung der Wahrheit oder der vermeintlichen Irrelevanz der Unterscheidung von Wahrheit und Lüge zum Selbstzweck wird, sollen die wissenschaftlichen und journalistischen Instituten herabgesetzt werden, die sie hervorbringen (vgl. Jaster/Lanius 2020). Längst lässt sich auch in Deutschland beobachten, dass das strategische Bullshitting unter Rechtspopulist*innen immer hoffähiger wird.

Bei dieser hochgradig toxischen Ablenkungsstrategie spielen Ambiguität und Ambivalenz selbstverständlich auch eine entscheidende Rolle. Sicherlich haben wir es im Falle der Coronapandemie aus virologischer und epidemiologischer Sicht mit einer hochkomplexen Situation zu tun, in der sich die Menschen nach verständlichen und letztbegründenden Erklärungen sehnen. Den Verschwörungsideolog*innen und Rechtspopulist*innen spielt es dabei in die Hände, dass mit der in der Moderne einsetzenden naturwissenschaftlichen „Entzauberung" der Welt paradoxerweise eine immer geringere „Ambiguitätstoleranz" der Menschen einhergegangen ist (vgl. Bauer 2011; Vives/FeldmanHall 2018). Auch wenn es die „Repräsentanten der AfD (...) in der Regel" vermeiden, „in der Öffentlichkeit Verschwörungstheorien allzu offensiv zu bedienen", senden sie nicht selten „ambivalente Signale, die konspirationistisch verstanden werden können" (Butter 2018: 198). Sinkende Ambiguitätstoleranz, ein durch ein unklares Infektionsgeschehen begünstigtes Informationsvakuum und die metapolitische Strategie bewusst zu ambiguisieren haben rechtspopulistischen Parteien wie der AfD

in den vergangenen beiden Jahren einen Auftrieb beschert. Man darf allerdings nicht müde werden zu betonen, dass es bei der Kommunikationsstrategie der Neuen Rechten selten um die Sache an sich geht; das Langzeitziel dieser zynischen Diskursstrategie ist vielmehr die Destabilisierung des Vertrauens der Gesellschaft in ihre politischen, journalistischen und wissenschaftlichen Institutionen. Auch der sich gegen Wissenschaftler*innen und Politiker*innen richtende Internethumor leistet dazu einen Beitrag, denn auch der zynische Witz erschüttert „den Respekt vor Institutionen und Wahrheiten, an die der Hörer geglaubt hat" (Freud 1999: 149–50).

2.2 Spiel: ontologische Ambivalenz der eindeutigen Uneindeutigkeit

„War doch gar nicht so gemeint!" oder „Ist doch alles bloß ein Spiel!" – mit Aussagen wie diesen versuchen nicht nur rechte Internettrolle oder Influencer*innen, sondern auch rechtspopulistische Politiker*innen vermeintlich lustige oder strategisch ganz bewusst platzierte verbale Tabubrüche nachträglich zu rechtfertigen. Ein kulturwissenschaftlicher und philosophischer Blick auf Begriff und Praxis des Spiels kann zum Verständnis der Bedeutung und Tragweite dieses aus der Internet- und Gamingkultur bzw. dem Strategiebaukasten rechtspopulistischer Politiker*innen stammenden, die Grenzen des guten Geschmacks oder des politisch Sagbaren offen auf die Probe stellenden Gebarens beitragen. Die Ambiguität des Spiels äußert sich im konnektiven Zynismus sowohl als kulturelle Praxis, die in enger Beziehung zur Kultur des Humors und des Witzes steht, kann uns aber auch als Teil einer politischen Strategie begegnen. So haben wir es längst nicht mehr nur mit einer „Gamification" (vgl. Kapp 2012) der digitalen Kultur zu tun, wie das Beispiel der kollaborativen Wissensproduktion (z.B. Wikipedia) oder das der politischen Bildung (Stichwort *serious games*) zeigen, sondern eben längst auch mit einer „Gamification" von Politik bzw. im Extremfall auch des rechtsextremen Terrorismus (vgl. Ayyadi 2019; Ebner 2019b).

Der Begriff Gamification verweist auf eine besondere „ludische" (d.h. spielerische) Affordanz von Softwareanwendungen und Plattformen, die sich durch aktivierende Spielmomente auszeichnen (z.B. durch virtuelle Belohnungssysteme wie Erfahrungspunkte, Highscores oder Awards oder die Messung und Visualisierung von Erfolgen durch Fortschrittsbalken oder Rankings). Das Spektrum der Gamification des Politischen reicht von plattformbasierten Formen der politischen Mobilisierung, die Lance Bennett und Alexandra Segerberg (2013)

als „konnektiven“ Aktivismus[3] oder Evgeny Morozov (2009) pessimistisch als „slacktivism“ bezeichnen, bis hin zur Gamification des politischen Terrors, wie er sich in den rechtsterroristischen Attentaten von Christchurch, El Paso und Halle/Saale gezeigt hat (zum Einsatz von Gamification als Gegenstrategie vgl. das Schlusskapitel). Zwei der Attentäter haben ihre Taten nicht nur aus der Egoshooter-Perspektive mit einer Helmkamera gefilmt und über soziale Plattformen in Echtzeit im Internet gestreamt, sondern einzelne Handlungen des Amoklaufs auch – genau wie im Videospiel – mit Punkte-Scores bewertet. Die Kulturgeschichte des Spiels sowie der philosophische Begriff des Spiels können erhellen, was es mit dieser Vermischung von Spiel und Ernst, also von fiktiver digitaler Spielwelt und wirklichen, harschen und folgenreichen Eingriffen in die Realität auf sich hat.

Kulturgeschichte und Philosophie des Spiels

Während es sich bei den Begriffen Datenbank und Konnektivität um relativ neue medientechnologische Phänomene handelt, haben wir es beim Spiel nicht nur mit einer wesentlich älteren kulturellen Praxis zu tun, sondern auch mit einem Begriff, zu dem insbesondere in der Kulturgeschichte und Philosophie bereits umfassend begriffsgeschichtlich gearbeitet wurde. Deshalb soll in diesem Abschnitt zunächst ein kurzer Überblick über die Kulturgeschichte des Spiels gegeben werden, die eine für das Verständnis der spielerischen Momente des konnektiven Zynismus hilfreiche Typologie von unterschiedlichen Spielformen hervorgebracht hat. Am kulturgeschichtlichen Diskurs lässt sich zudem eine Bedeutungsverschiebung im Spielbegriff ablesen, die bis zu seiner Entpolitisierung in der Postmoderne reicht. Im Anschluss daran wird auf den Spielbegriff in der Philosophie eingegangen, die als Besonderheit des Spiels dessen ontologische Ambiguität identifiziert hat.

3 Damit meinen sie Formen des politischen Onlineaktivismus, die nicht zwingend auf einer geteilten Ideologie beruhen, sondern rein konnektive, sich um bestimmte Angelegenheiten gruppierende aktivistische Zusammenschlüsse. Das hat einerseits den Vorteil, dass die Mobilisierung, vor allem mittels der sozialen Medien, sehr viel niedrigschwelliger und unverbindlicher ist als z.B. die verbindliche Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft oder Partei, andererseits diese Zusammenschlüsse auch viel ephemerer in ihrer zeitlichen Kontinuität sind.

Spielen (*play*) bzw. Spiel (*game*) sind kulturübergreifende Praktiken, die trotz aller kulturellen Unterschiede als anthropologische Konstanten des menschlichen Daseins betrachtet werden können. Etymologisch verweisen sowohl das altenglische Wort *plegan*, der altdeutsche Begriff *Spil* oder auch das altjapanische Wort *asobi* auf eine sich wiederholende Pendelbewegung, insbesondere tänzerischer oder musikalischer Art. In fast allen Sprachen umfasst der Bedeutungshof des Wortes „Spiel" zudem so unterschiedliche Phänomene wie das zielgerichtete bzw. gewinnorientierte Spielen (z.B. das Glücksspiel oder Sportwettbewerbe), das Mimenspiel (vom mimetischen Kinderspiel bis hin zum professionellen Schauspiel), das Spiel der Natur (z.B. Lichtreflexionen auf der Wasseroberfläche) oder das mechanische Spiel im Sinne eines Spielraums. Einsetzend mit dem Früh- und Hochmittelalter vollzieht sich sukzessive eine kulturelle und auch eine semantische Verengung des Spielbegriffs. Im Feudalismus wird das Spiel zunächst mit der Sphäre des Müßiggangs gleichgesetzt, in der bürgerlichen Moderne dann nur noch mit der regenerativen Sphäre der Freizeit. Damit gerät das Spiel kulturgeschichtlich betrachtet immer mehr in einen direkten Gegensatz zu den „ernsthaften" und „wirklichen" Sphären des Lebens, sprich den höfischen Verpflichtungen oder der beruflichen Erwerbsarbeit in der kapitalistischen Moderne. Im 20. Jahrhundert manifestiert sich dieses Begriffsverständnis auch im kulturwissenschaftlichen bzw. kulturgeschichtlichen Diskurs. Ganz im Sinne dieser bürgerlich-kapitalistischen Praxis des außerwirklichen Spiels beschreibt der niederländische Kulturhistoriker Johan Huizinga das Spiel zwar als „ernsthaft" betriebene Tätigkeit, die jedoch „außerhalb des gewöhnlichen Lebens" stehe, weil sie an eine „bestimmte Zeit", einen „bestimmten Raum" und an „bestimmte Regeln" geknüpft sei (Huizinga 2017: 22). Der Sozialphilosoph Roger Caillois (2001: 13) bezeichnet das Spiel wenige Jahrzehnte später als freiwilliges und unproduktives Handeln, das als „freie Unwirklichkeit" innerhalb der räumlichen und zeitlichen Grenzen einer „zweiten Realität" stattfinde. Damit ist eine semantische Bedeutungsverengung des Spiels abgeschlossen, in der dieses zwar als eine produktive oder kreative Aktivität verstanden wird, diesem aber auch Nonchalance, Realitätsferne und Zweckfreiheit attribuiert wird. In dieser Bedeutung findet das Spiel ausschließlich in der Sphäre der Freizeit oder der Kindheit statt. Der Medienwissenschaftlerin Natascha Adamowsky (2012: 59–60) zufolge habe sich damit eine „bürgerlich-kapitalistische Ideologie vom Spiel" manifestiert, durch die es nach „1800 […] zunehmend mit Unernst, Fiktion und Müßiggang gleichgesetzt" wurde.

In der Postmoderne waren es vor allem die Philosophie und die Kunst, die das Spiel wieder aus dieser begrifflichen Enge zu befreien versuchten. Nicht

selten schlug dies jedoch in eine Überhöhung sowohl der Bedeutung des Begriffs als auch der spielerischen Praxis um. Das Land Japan, in dem das postmoderne Denken in den 1970er und 1980er Jahren besonders rege rezipiert wurde, ist ein emblematisches Beispiel für diese Entwicklung. Womöglich ist der Begriff des Spiels (Japanisch: *tawamure*, *yūgi*, *asobi*) in kaum einer anderen Kultur wie der japanischen so sehr zu einem zentralen Schlüsselbegriff des postmodernen Denkens und eines konsumistischen Lebensstils geworden. Der über die Grenzen Japans hinaus bekannte Philosoph Akira Asada (1983: 230) beschreibt den postmodernen und hyperkonsumistischen Lebensstil in der philosophischen Terminologie von Gilles Deleuze und Félix Guattari (1972) als den eines „Spielers", also als eine Form des menschlichen Daseins, die die „Polyvozität" (Vielstimmigkeit) der eigenen ambiguen Identität, und damit die „Kontingenz der Kontingenz" im „Spielraum der Postmoderne" überaffirmiert. Doch nicht nur in Japan, auch global wurde das Spiel in der Postmoderne zum „Phänomen" und zur „Metapher" eines kulturellen Zeitgeistes, nämlich „als Spiel ohne transzendentes Ziel […], als ein Komplex von Spielen, jedes mit einer eigenen Rahmung, eigenen Regeln, Risiken, Chancen und Reizen" (Minnema 1998: 39).

Diese Überaffirmation des Spiels hat ihre Ursache u.a. auch darin, dass nicht nur das postmoderne Denken das Spiel als Begriff für sich entdeckt hat, sondern auch die Marketing- und Kreativbranche. Die „Postmodernisierung" der Werbung schlug sich umgekehrt auch in einer „Kommerzialisierung" des postmodernen Denkens nieder, und postmoderne Denker*innen wurden zu gerne gesehenen Berater*innen der Werbebranche (Miyoshi et al. 1989). Nicht nur in Japan sind in den 1970er und 1980er Jahren viele poststrukturalistische linke Intellektuelle in die Werbebranche gewechselt – und mit ihnen die politischen Mittel der Transgression als Teil der Gegenkultur der Neuen Linken. Dadurch wurde das ironische Spiel mit Zeichen und Sprache zum weit verbreiteten stilistischen Mittel einer ironischen bis hyperironischen postmodernen Werbe- und Medienkultur. Nur vor diesem kulturhistorischen Hintergrund der Kommerzialisierung des postmodernen Denkens ist es nachzuvollziehen, dass Angela Nagle den Aufstieg der Neuen Rechten als Gegenbewegung zur Postmoderne versteht. Denn die metapolitische Diskursstrategie sei im Grunde nichts anderes als eine „Zweckentfremdung […] des linken Achtundsechziger-Stils von Transgression und Gegenkultur" (Nagle 2018: 74). „Postmoderne, Ironie und letztendlich Nihilismus", also all das, „was die Rechte einst der Linken vorgeworfen hatte", bestimmen heute den ästhetischen Stil und die kommunikative Strategie der Neuen Rechten in allen Teilen der Welt, von der Alt-Right in den USA über die Identitäre Bewegung in Europa bis hin zur japanischen Internet-Rechten (*netto uyoku*).

Die Ambiguität des Spiels als „ontologische Ambivalenz“

Aus philosophischer Sicht liegt die Besonderheit, und damit auch die besondere Wirkmächtigkeit des Spiels in einer Ambiguität, die es in eine gewisse begriffliche Nähe zur Ironie bzw. zum Zynismus rückt. Die Ambiguität des Spiels als soziokulturelle Praxis besteht darin, dass es „teilhaftig an der sozialen Welt und zugleich von ihr abgehoben“ ist, was die Philosophin Ingeborg Heidemann (1968: 10) als dessen „ontologische Ambivalenz“ bezeichnet. Während kulturtheoretische Ansätze versucht haben, das Spiel säuberlich aus der Sphäre des Ernsthaften und der Wirklichkeit herauszupräparieren, und der Postmodernismus zu seiner Kommerzialisierung und Entpolitisierung in einer Wirklichkeit beigetragen hat, welche im Sinne Jean Baudrillards ohnehin nur noch als „Simulakrum“ oder „Hyperrealität“ aufgefasst wurde, betont Heidemann weder einseitig dessen Aussonderung aus der Sphäre des Wirklichen noch dessen Fiktionalität, sondern gerade den ontologisch ambigen Zwischenzustand des Spiels. Für Heidemann ist Spiel nicht nur die pendelnde Vermittlung von Ernst und Unernst, sondern auch von Realem und Irrealem. Spiel ist also immer doppelbödig, wie auch die Ironie, die ja immer Gemeintes und nicht Gemeintes zugleich ist. Heidemann beschreibt diese vermittelnde Beziehung von Fiktion und Realität als wechselseitiges „Schichtungsverhältnis“, das deren „Geschiedenheit“ gerade nicht aufhebt, sondern vielmehr das Eine im Anderen sein lässt:

> Der Spielbegriff [...] betont daher einerseits das Als-Ob, die bewußte Fiktion, andererseits die Fundierung durch das reale Seiende. Das Spiel ist [...] Entwurf der Spontaneität im Zusammenhang einer „Entwirklichung des Gegenständlichen“ das jedoch mitgewußt bleibt. (Heidemann 1968: 12)

Damit ist eine im Spiel gespielte Realität zwar etwas anderes als die Wirklichkeit, gleichzeitig ist das Spiel aber eben auch mehr als ein bloßes Trugbild. Mit anderen Worten: Auch wenn das Spiel der Wirklichkeit enthoben ist, findet es in der Wirklichkeit statt; umgekehrt werden im Spiel Dinge gespielt, die es in der Wirklichkeit zwar gibt, die aber in der Wirklichkeit außerhalb des Spiels so nicht stattfinden (können). Die Wirklichkeit des Spiels ermöglicht den teilnehmenden Spieler*innen das zu sein, was sie in Wirklichkeit nicht sind, also beispielsweise „Räuber und Gendarm“. Auch kann im Spiel ein einfacher Stock ein Pferd sein, der in einem Rennen wie ein Pferd um die Wette „geritten“ wird, solange alle Mitspielenden diese Spielwirklichkeit teilen (Gombrich 1968). An diesen beiden

Beispielen zeigen sich zwei von vier Formen des Spiels, die Roger Caillois in seiner Typologie des Spiels erwähnt, nämlich das So-tun-als-ob (Mimikry) und der Wettkampf (Agon) (die beiden anderen sind Zufall bzw. Alea und Rausch bzw. Illinx). Auch im spielerischen Moment des konnektiven Zynismus finden sich diese beiden Formen, und zwar in der Gestalt des fingierenden Als-ob[4] (z.B. als nicht ernst gemeinter, aber grenzüberschreitender Humor) und im kompetitiven Moment der gegenseitigen Grenzüberschreitung, wie sie uns auch in der metapolitischen Strategie der Neuen Rechten und des Rechtspopulismus begegnet (vgl. Kapitel 3).

Wie unterscheidet sich aber nun das Spiel der Rechtspopulist*innen oder das der am rechten Rand fischenden Influencer*innen vom Spielphänomen an sich? Die Antwort liegt in der bereits angerissenen Durchbrechung der Spielrahmung, die durch die Konnektivität der sozialen Medien stark begünstigt wird. Denn auch wenn das Spiel in einer kollektiv geteilten Spielwirklichkeit stattfindet, können Handlungen im Spiel aufgrund seiner ontologischen Ambivalenz selbstverständlich Folgen in der außerspielerischen Wirklichkeit haben. Das zeigt sich besonders deutlich an den sozialen Medien, die zwar geschlossene Plattformen sind, sich aber innerhalb dieser Plattformen durch eine entgrenzende semiprivate Konnektivität auszeichnen. Selbstverständlich können auch dort im Spiel Dinge getan oder gesagt werden, die den faktischen sozialen Tatsachen oder den geltenden ethischen Normen und Ordnungen in der Wirklichkeit widersprechen. Das funktioniert allerdings nur so lange als Spiel, wie die kontrafaktische Sphäre des So-tun-als-ob von allen „mitgewusst“ wird, wie Ingeborg Heidemann betont. Und gerade darin liegt das Problem der sozialen Medien, denn aufgrund der entgrenzenden phatischen Konnektivität kann die raum-zeitliche Rahmung eines „bloß“ als Spiel verstandenen Handelns, in

4 Hans Vaihingers (1911) *Die Philosophie des Als Ob* hat eine philosophische Untersuchung dieses Als-ob angestellt. Vaihinger vertritt die These, dass wir deshalb an die physikalische Existenz von Atomen (heute wären es vielleicht Quarks), die Existenz Gottes oder die Willensfreiheit glauben, weil wir diese Fiktionen für das richtige Handeln als „nützlich“ und „unentbehrlich“ erachten. Die Menschen operierten mit „bewusst falschen aber nützlichen Vorstellungen“, weil diese „unentbehrliche Grundlagen unseres wissenschaftlichen Forschens, unseres ästhetischen Genießens, unseres praktischen Handelns“ seien. Deshalb handle es sich bei wissenschaftlichen, ästhetischen oder theologischen Fiktionen auch nicht um „unsichere Hypothesen“ oder um „bewusste Abweichungen von der Wirklichkeit“ (im Sinne einer bloßen Einbildung) – entscheidend für deren Gebrauch sei vielmehr einzig und allein die „Zweckmäßigkeit“ dieser Abweichungen.

dem folglich auch spielimmanente Regeln gelten, jederzeit durchbrochen werden (vgl. das Fallbeispiel des Influencers Adlersson in Kapitel 4).

Spiel als Varianz und Wiederholung

Ein weiteres Moment der Ambiguität des Spiels besteht darin, dass das Spiel zwar einerseits einer geregelten „Ordnung“ bedarf, die einzelnen „Akte des Spiels in ihren Möglichkeiten“ aber andererseits „indeterminiert“ sind (Mersch 2008: 21). Mit anderen Worten heißt das, dass Spiel sowohl ordnende Regeln braucht, in seinem jeweiligen Verlauf und Ausgang jedoch relativ offen sein muss. Dieter Mersch bezeichnet das Oszillieren in diesem Bereich als das „Hin und Her zwischen Struktur und Negativität“ (Mersch 2008: 21). Dass das Spiel in seiner Struktur offen und geschlossen zugleich ist, liegt in seiner Wiederholbarkeit begründet, „denn die Regeln garantieren, dass das Spiel sich selbst gleich bleibt, dass seine Performanz sich in der Wiederholung absichert und eine spezifische Struktur generiert“ (Mersch 2008: 22). Damit ist gemeint, dass das Spiel zwar Regeln braucht, also eine die Grenzen des Spiels bestimmende Struktur, es in seiner Wiederholbarkeit aber innerhalb dieses Rahmens auch unendlich viele unterschiedliche Spielverläufe zulässt. Für Mersch ist es dieses Spannungsfeld zwischen „konstitutioneller Ordnung“ und „Indeterminiertheit“, aus dem das Spiel seinen „kreativen“ oder „schöpferischen“ Charakter bezieht (Mersch 2008: 22–23).

Am Beispiel einer klassischen HTML-Seite oder eines Videospiels lässt sich gut nachvollziehen, wie der von Dieter Mersch beschriebene oszillierende Charakter des Spiels sich in den digitalen Medien vollends entfalten konnte. Die Ursache dafür ist in der Interaktivität digitaler Medien begründet, die sich im Prinzip schon am Gebrauch eines HTML-Links zeigt. Auch wenn Hypertextstrukturen dazu verleiten, mittels der Links in immer tiefere Ebenen eines Texts vorzudringen, ist es stets möglich, zu einer früheren Verästelung in der verlinkten Struktur zurückzukehren („Wiederholbarkeit“) und einem anderen Pfad zu folgen („Varianz“). Die Rezeption von HTML-Dokumenten findet daher in zwei Modi statt, zwischen denen Nutzer*innen interaktiv „oszillieren“. Das ist einerseits das kontemplative Verstehen, bei dem gewissermaßen *durch* den Text geblickt wird, um den „hinter“ der sprachlichen Oberfläche liegenden Sinn zu erfassen, andererseits ist es das oberflächliche Schauen *auf* den Text, also auf die mit den Links bereitgestellten Entscheidungsmöglichkeiten (Bolter 1991: 167). Letzteres bezeichnet Andreas Reckwitz (2006: 578–579) als „taktil-visuelle Praktik des ‚Klickens‘“, bei der die verschiedenen Optionen nicht vorab „mental

gegeneinander abgewägt", sondern vielmehr im Handeln spielerisch „nacheinander durchprobiert" würden (Reckwitz 2006: 575).

Noch deutlicher wird das den digitalen Medien eingeschriebene oszillierende Wechselspiel zwischen Wiederholung und Varianz im Fall des Videospielens. Denn in Videospielen ist es möglich, dem interaktiven Spielverlauf auf einem selbst gewählten Handlungsstrang zu folgen oder das gleiche Spiel aus der Perspektive unterschiedlicher Spielfiguren durchzuspielen. Videospiele werden daher nicht „gelesen oder wie ein Film rezipiert", sondern ebenfalls „aktiv exploriert" (Rautzenberg 2012: 239). Interaktive Spiele sind „Experimentierfelder" (Adamowsky 2000: 26), in denen unterschiedliche Varianten des gleichen Spiels unendlich oft durchgespielt werden können, weshalb sie „Techniken der Sichtbarmachung, Strategien der Expressivität, Methoden des In-Bewegung- bzw. In-Beziehung-Setzens" bieten (Adamowsky 2005: 14–16).

Wiederholbarkeit und Variabilität der interaktiven digitalen Medien stehen in einem engen Zusammenhang mit der Entstehung des konnektiven Zynismus. Mit dem allgegenwärtigen Gebrauch interaktiver Medien wurde ein auf der spielerischen Praxis des Experimentierens und taktilen Ausprobierens beruhendes Rezeptionsverhalten eintrainiert, das mit der Anything-goes-Haltung der postironischen Postmoderne eine gefährliche technologisch-ideologische Verbindung eingegangen ist. Das So-tun-als-ob (als spielerische Wiederholung in der Wirklichkeit des Spiels) und die permanente Transgression sowie das sich gegenseitige Überbieten finden sich im Wettkampf um die besten Lacher („lulz") oder meisten Likes im Internet genauso wieder wie in den konstanten verbalen Grenzüberschreitungen der neurechten und rechtspopulistischen metapolitischen Strategie. Beides spielt sich in dem für das Spiel charakteristischen Raum der Ambiguität ab, in einem Raum *zwischen* wirklich Gemeintem und frei Erfundenem bzw. moralischem Ernst und Unernst, der sich durch die Interaktivität der digitalen Medien und die Konnektivität der sozialen Medien drastisch verändert und erweitert hat.

Angela Nagle (2018: 18) hat am Beispiel des neurechten Influencers Milo Yiannopoulos gezeigt, wie kultureller und politischer Zynismus in einer Person zusammengefunden haben. An Yiannopoulos könne man beobachten, wie „die eher spielerisch Tabus brechende Alt-Light sich vor den Karren derer spannen lässt, die viel ernstere politische Ziele verfolgen." Die rassistische und homophobe Hasskommunikation von Yiannopoulos und anderen Vertreter*innen der sogenannten Alt-Light spielt den politischen Kräften in den USA in die Hände, die wie Trump mit den gleichen Aussagen rechtspopulistische Politik betreiben. Denn die Konnektivität der sozialen Medien kann jedes Spiel aus seiner Spiel-

rahmung reißen, weil sie die situative (explizite oder paralinguistische) Rahmung eines Witzes aufhebt. Selbst „nur“ aus Spaß geäußerte rassistische oder misogyne Witze verlieren dann ihre Eigenschaft als Witz und sind nur noch rassistisch und frauenverachtend. Dieser konnektive Effekt hat inzwischen einen eigenen Namen in der Internetkultur, es ist eine scherzhaft als *Poe's law* bezeichnete Gesetzmäßigkeit. Das Gesetz von Poe geht davon aus, dass es aufgrund der entgrenzenden konnektiven Eigenschaften vernetzter Plattformen im Grunde unmöglich sei, eine politisch oder religiös extremistische Aussage so zu parodieren, dass diese auch als Parodie verstanden werde, ohne explizit als Ironie markiert worden zu sein (z.B. durch ein Zwinkersmiley) (vgl. Aikin 2013).

Es stellt sich also die Frage, was passiert, wenn das im Spiel eintrainierte fingierende So-tun-als-ob im digitalen Zeitalter strategisch eingesetzt wird, sei es in kommerzialisierter Form durch Influencer*innen oder in politischer Gestalt als politische Strategie. Was geschieht also, wenn aus dem freien Experimentieren oder Explorieren im Spiel ein strategisches Austesten der Grenzen des Mach- und Sagbaren wird? Wenn die „Zweckmäßigkeit“ der „bewussten Abweichung“ im Spiel einzig und allein der schnöden Monetarisierung von Content oder der Umsetzung radikaler politischer Ziele dient, das Spiel also nicht Selbstzweck ist, sondern seinen Zweck ausgehend von wirklichen, handfesten Interessen aus der Welt außerhalb des Spiels erhält? Im Handeln der politischen und kulturellen Zyniker*innen zeigt sich die Folge dieser Entwicklung sehr deutlich; sie nutzen die Ambiguität des Spiels und der Ironie strategisch oder kommerziell aus, und zwar ganz bewusst oder aus purem Spaß am Tabubruch.

„From the point when I first became active in what has become the Alt-Right movement, it was my contention that in an age of nihilism, absolute idealism must be couched in irony in order to be taken seriously. "

Andrew Anglin, *A Normie's Guide to the Alt-Right*

3. Phatische Praktiken des konnektiven Zynismus: Transgression und Wiederholung

Transgression und Wiederholung begegnen uns als phatische Praktiken im kulturellen und politischen Zynismus als rassistischer und misogyner Internethumor und neurechte oder rechtspopulistische Kommunikationsstrategie. Beide verstärken sich wechselseitig: Neurechte oder mit rechten Inhalten kokettierende Influencer*innen (vgl. das Fallbeispiel Adlersson in Kapitel 4) monetarisieren ihre zynische Haltung nicht nur zu unternehmerischen Zwecken, sondern leisten durch ihre enorme konnektive Reichweite in den sozialen Medien auch indirekt Schützenhilfe für die Neue Rechte und rechtspopulistische Politiker*innen. Rechtspopulistische Parteien setzen den konnektiven Zynismus ihrerseits diskursstrategisch als metapolitisches Instrument im Wahlkampf und zur Mobilisierung ihrer Basis ein (vgl. das Fallbeispiel zu Japan als neurechte Chiffre in Kapitel 4). Während die zynische Haltung für die Einen „nur" Spaß bedeutet, machen Andere mit ihr Politik und Geld auf den sozialen Medien. Internettrolle, Vertreter*innen der Alt-Right bzw. Neuen Rechten und toxische, zumeist männliche und weiße Gamer*innen verbünden sich in der digitalen „Manosphere" aus Spaß oder aus Angst vor dem männlichen Bedeutungsverlust gegen feministische Positionen, wie der aus einer journalistischen Kritik an der sexistisch-toxischen Videospiel-Kultur hervorgegangene Gamergate-Vorfall auf erschreckende Weise gezeigt hat (Nagle 2018; Rothermel 2020; Strick 2021). Unabhängig von den jeweiligen monetären oder politischen Interessen und Absichten zeitigt der konnektive Zynismus einen heute nicht mehr zu übersehenden Effekt: Er trägt aktiv zur Normalisierung von Rassismus, Misogynie und Islamophobie oder Antisemitismus im Alltag und im politischen Diskurs bei.

An den beiden im Folgenden beschriebenen phatischen Praktiken des *meme*-basierten Internethumors und der *metapolitischen* Strategie der Neuen Rechten lässt sich der bisher nur begrifflich beschriebene technologisch-ideologische Konnex von Spiel, Zynismus, Datenbank und Konnektivität deutlich nachvollziehen. Internet-Memes sind eine aus Datenbanken generierte, kulturelle Ausdrucksform, oft bestehend aus einer spielerischen Kombination aus Bild und Text. Sie verbreiten sich viral auf den sozialen Plattformen und sind aus der Onlinekommunikation generell nicht mehr wegzudenken. Metapolitik ist hingegen elementarer Bestandteil einer als „Kulturrevolution von rechts" beschriebenen neurechten Diskursstrategie, die unter Ausnutzung der konnektiven Affordanz

der sozialen Medien bewusst und strategisch mit dem Mittel der verbalen Grenzüberschreitung „spielt". Dadurch sollen extreme Positionen eine möglichst große Verbreitung in der Alltagssprache und im politischen Diskurs finden. Auf beide Phänomene wird unter Anwendung der in den ersten Kapiteln eingeführten Begriffe in den folgenden beiden Abschnitten ausführlich eingegangen.

3.1 Memes als Phänomen der Internetkultur

Der englische Begriff *Meme*, den der Evolutionsbiologe Richard Dawkins (2010) bereits in den 1970er Jahren geprägt hat, ist eine kombinatorische Wortneuschöpfung aus den beiden Wörtern „Mem" (altgriechisch für Imitation bzw. Nachahmung) und „Gen" (im Sinne einer gleichbleibenden und weitergegebenen Information). In seiner ursprünglichen Bedeutung verweist Dawkins Begriff auf ganz unterschiedliche kulturelle Konzepte oder Bewusstseinsinhalte (Melodien, Gedanken, Schlagworte, Kleidermoden oder die Kunst, Töpfe zu machen oder Bögen zu bauen), die durch Imitation und Wiederholung über Generationen hinweg tradiert werden. Die Kommunikationswissenschaftlerin Limor Shifman, die den Begriff in das digitale Zeitalter überführt hat, definiert Internet-Memes ausgehend von der Terminologie von Dawkins wie folgt:

> Statt das Mem als eine einzelne kulturelle Einheit zu beschreiben, die sich erfolgreich fortsetzt, plädiere ich dafür, ein Internetmem zu definieren als (a) *eine Gruppe digitaler Einheiten*, *die gemeinsame Eigenschaften* im Inhalt, in der Form und/oder der Haltung aufweisen; (b) die in bewusster Auseinandersetzung mit anderen Medien erzeugt und (c) *von vielen Nutzern über das Internet* verbreitet, imitiert und/oder transformiert wurden. (Shifman 2014: 14)

Gemeinhin werden Internet-Memes als multimodale Text-Bild-Kombinationen verstanden (siehe das Beispiel des aus Japan stammenden Kumamon-Memes weiter unten). Bei den zugrundeliegenden bildlichen Darstellungen handelt es sich zumeist um Versatzstücke der globalen Populärkultur, die mit variablen Textzeilen zu immer neuen Memes mit einer modifizierten Semantik kombiniert werden. Bei den Bildern kann es sich um jede Form der bildlichen Darstellung handeln, z.B. Stockfotos aus Bilddatenbanken, Szenen aus Spielfilmklassikern oder auch Abbildungen aus japanischen Mangas oder Animefilmen. Es gibt aber auch durch die Communitys bestimmter Plattformen selbst geschaffene Darstellun-

gen, wie z.B. die in der neurechten Szene äußerst populäre Figur Pepe the Frog (Nagle 2018) oder die bereits seit Anfang der 2000er Jahre auf dem japanischen Internetforum 2channel gebräuchlichen rassistischen ASCII-Darstellungen von Koreaner*innen (vgl. Kitada 2005; McLelland 2008). In den USA steht der auf den sozialen Medien (insbesondere reddit oder 4chan) während des Wahlkampfes zwischen Trump und Clinton im Internet ausgefochtene sogenannte Great Meme War (2015–16) sinnbildlich für den strategischen Einsatz von Memes durch die Alt-Right (Dafaure 2020; Strick 2021). Ähnliche, aber weitaus weniger erfolgreiche Versuche, den Wahlausgang zugunsten der AfD zu beeinflussen, gab es in Anlehnung an den Great Meme War während des Wahlkampfes für die Bundestagswahl im Jahr 2017 erstmals auch in Deutschland (vgl. Schmehl 2017). Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die Neue Rechte und Rechtspopulist*innen sich „auf virtuose Weise der medialen Logik memetischer Prozesse für ihre politischen Zwecke“ bedienen und „damit letztlich nichts weiter als eine größere Medienkompetenz als ihre politischen Gegner*innen“ beweisen (Wentz 2019: 136). Auch der im vierten Kapitel analysierten japanbezogenen Chiffre „Mishima“ ist eine solche populärkulturelle „Memefizierung“ widerfahren: Das Konterfei des Schriftstellers findet sich inzwischen in unterschiedlichen Foren in Form von Memes oder auf Merchandiseprodukten einschlägiger neurechter Verlage.

Transgression und Wiederholung

Das spielerische Moment der Wiederholung und Varianz zeigt sich in der Meme-Kultur an der Kombination von Ähnlichkeit zwischen einzelnen Memes und der schier unendlichen Möglichkeit, immer neue Varianten zu erschaffen. Insbesondere die starre Kombinatorik sogenannter Image Macros, also Memes die aus einer Kombination von sich wiederholenden bildlichen Darstellungen und variierenden Texten bestehen, verdeutlicht dieses Prinzip. Es zeigt sich, dass die große Popularität und rasante Verbreitung von Memes auf dem Zusammenspiel der drei Momente Spiel (im Sinne eines transgressiven Wettkampfes und der mimetischen Wiederholung), Datenbank (als Speicher und Quelle für immer neue Memes) und dem zynischen Rassismus und Sexismus bestimmter Internetcommunitys basiert. Mit anderen Worten heißt das, dass die eingangs beschriebene Affordanz der „Modularität“ digitaler Medieninhalte einerseits das generative und partizipatorische Spiel mit immer neuen humoristischen Parodien und Variationen begünstigt. Zum anderen sorgt die „Archivierbarkeit“ und „Akzessibilität“ der Datenbank dafür, dass Memes digital gespeichert sind und damit

für die Erstellung immer neuer Variationen zur Verfügung stehen.[1] Nicht nur die sozialen Medienplattformen selbst fungieren als durchsuchbare Speicher und damit als Fundus für immer neue Memes, inzwischen existieren auch Onlinedatenbanken wie knowyourmeme.com, memegenerator.net oder makeameme.org, mit denen bestehende Memes sowohl recherchiert als auch mit wenig Aufwand schnell erstellt werden können.

Die Anzahl an in den vergangenen zwanzig Jahren viral gegangenen Image Macros ist kaum schätzbar. Anstatt in diesem Buch offen rassistische oder misogyne (und teilweise justiziable) Memes wiederzugeben und zu diskutieren und ihnen dadurch zu einer noch größeren öffentlichen Aufmerksamkeit zu verhelfen (was ja gerade das Ziel der Metapolitik ist), soll in diesem Kapitel die Funktionsweise von Memes im Zusammenhang mit der Affordanz und Ambiguität des konnektiven Zynismus am Beispiel des relativ harmlosen Kumamon-Memes theoretisch erörtert werden. Schließlich verfolgt dieses Buch in erster Linie das Ziel, die konnektive Bedeutung von Internet-Memes in der Onlinekultur und in der neurechten und rechtspopulistischen metapolitischen Strategie ausgehend von ihrer spezifischen Funktionsweise darzulegen.[2]

Kumamon-Memes

Im Grunde eignet sich fast jeder Bildinhalt zur Erstellung von Memes. Die virtuelle Datenbank von Bildern ist gewaltig, denn die Meme-Kultur ist aufgrund der Konnektivität des Internets und der sozialen Medien vollständig global. Nur so lässt es sich beispielswiese erklären, dass das international unbekannte Maskottchen der südjapanischen Stadt Kumamoto „Kumamon" seit 2012 in unterschiedlichen Varianten im Internet als Meme kursiert (vgl. Phillips/Milner 2017: 110–111). Der Bildteil eines Kumamon-Memes besteht häufig aus einem Screenshot, der einer Sendung des lokalen Fernsehsenders entnommen wurde, in dem Kumamon bei unterschiedlichen Tätigkeiten gezeigt wird. Eines der ersten und populärsten Kumamon-Memes besteht aus zwei Standbildern, die Kumamon

1 Zu Memes lassen sich aber auch parodistische Sprachspiele rechnen, z.B. Variationen von despektierlichen Begriffen oder rassistischen und frauenfeindlichen Beschimpfungen, oft ganz gezielt eingesetzt, um nicht gegen die Community-Standards der sozialen Netzwerke zu verstoßen.

2 In den vergangenen Jahren sind mehrere exzellente Studien über neurechte Memes erschienen (vgl. Nagle 2018; Phillips/Milner 2017; Strick 2021).

vor einem großen Feuer zeigen (vgl. das linke Kumamon-Meme in Abbildung 1). Eine diesen Abbildungen hinzugefügte Textzeile suggeriert, dass es sich bei dem niedlichen Maskottchen in Wirklichkeit um einen pyromanischen Satansverehrer handelt. Warum ist das lustig? Weil die Popularität der Kumamon-Memes vor allem daher rührt, dass Memes gerade dann lustig sind, wenn sie gegensätzliche und widersprüchliche Bedeutungsinhalte vermischen. Am Beispiel Kumamons zeigt sich ganz deutlich, was Sigmund Freud (1999: 34–42) den „Doppelsinn“ des Witzes genannt hat. Dieser widersprüchliche Doppelsinn findet sich im Falle des Kumamon-Memes in der Kombination aus dem Bild eines äußerlich harmlos und niedlich wirkenden Maskottchens (große Augen, kuscheliges Bärenfell und rote Wangen) und dem ihm im Text zugeschriebenen diabolischen wirklichen Wesen.



[Abb. 1] Kumamon-Memes (alle Rechte vorbehalten; Quelle: https://knowyourmeme.com/memes/kumamon (Zugriff am 19.9.2022).

Wie bereits beschrieben, gehören Hyperbolisierung, Zuspitzung und Umkehrung zu den wichtigsten Stilmitteln des humoristischen Spiels mit kulturellen Sinninhalten. Am Kumamon-Meme zeigt sich, dass die widersprüchliche Sinnumkehrung ein häufig in Memes eingesetztes und offensichtlich auch als besonders lustig empfundenes stilistisches Mittel darstellt. Laut Phillips und Milner (2017: 120) ist das auf den durch die Bedeutungsumkehr entstehenden „Abstand zwischen *Text* […] und *Kontext*" zurückzuführen, den der Internethumor „fetischisiert" habe.

Es ist kein Zufall, dass die Bedeutungsumkehr auch ein zentrales Element der metapolitischen Strategie der Neuen Rechten ist. Denn die Stärke der doppelsinnigen Ironie liegt in ihrer „Nähe zu dem dominanten Diskurs" (Hutcheon 2000: 29) – sie verbindet Bekanntes mit Neuem. Memes eignen sich besonders gut dazu, bereits existierende und bekannte Bilder zu dekontextualisieren und durch den Doppelsinn des Witzes zu rekontextualisieren und dadurch zu ambiguisieren. Memes lassen sich so effektiv strategisch einsetzen, weil sie „Kurzschlüsse" erzeugen können, die schneller „wirken und vergehen […] als ihre informierte Widerlegung oder der Faktencheck", denn Memes gehören „einem völlig anderen Affektregister an […]: Sie zünden und affizieren, statt zu informieren und aufzuklären" (Strick 2021: 114). Der grenzüberschreitende Charakter von Memes muss allerdings nicht zwangsläufig politische und strategische Gründe haben, denn die auf der Aufmerksamkeitsökonomie beruhende Konnektivität der sozialen Medien bedingt es an sich schon, dass Parodien und Varianten sich oft nur dann weiterverbreiten, wenn sie noch „krasser" sind als ihre Vorgänger (vgl. das rechte Kumamon-Meme in Abbildung 1). Das ist auch der Grund, warum der transgressive und doppelsinnige Charakter von Memes so kompatibel mit der metapolitischen Diskursstrategie der Neuen Rechten und des Rechtspopulismus ist, die ebenfalls auf bewussten Grenzüberschreitungen und Ambiguisierungen beruht (vgl. den folgenden Abschnitt zum Begriff der Metapolitik).

Die Kombinatorik von Wiederholung und transgressiver Varianz von politischen Hass-Memes stellt ein profundes juristisches Problem dar. Das zeigt das Beispiel der Grünenpolitikerin Renate Künast, die in den vergangenen Jahren immer wieder zum Ziel von meme-basierten Hasskampagnen geworden ist.[3] Im

3 In einer Debatte im Berliner Abgeordnetenhaus über die Straffreiheit von sexuellen Handlungen an Kindern notiert das Protokoll den Zwischenruf Künasts: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist!". Absicht des Zwischenrufs war die Ergänzung einer unvollständig wiedergegebenen Forderung der nordrhein-westfälischen Grünen. Als die

April 2021 ging sie juristisch gegen Facebook und andere soziale Medien vor, um zu erreichen, dass diese verpflichtet werden, neben den explizit gemeldeten Posts und Memes auch alle „sinngleichen" zu löschen, weil die Meldung aller einzelnen Varianten eines Memes für Einzelpersonen eine im Grunde niemals zu bewerkstelligende „Lebensaufgabe" darstelle.[4] Immer öfter steht die betroffene Person bei diesen manchmal vielleicht „nur" ironisch gemeinten, nicht selten aber auch gezielt inszenierten Hetzkampagnen einer ganzen Armee von Trollen und softwaregesteuerten Bots gegenüber, die entsprechende Memes massenhaft generieren und durch das automatisierte oder orchestrierte Liken in ihrer Reichweite verstärken. Diese einfache und rein quantitative Strategie gegen einzelne Politiker*innen ist hochwirksam, denn jedes „Retweeten und Teilen, jeder Repost vollzieht einen Akt der Wiederholung. […] Bezogen auf Hasskommunikation heißt das: Ressentiments lassen sich durch wiederholte Subjektivierung vervielfältigen. Verbreitung in der Fläche und Verfestigung im Einzelnen gehen Hand in Hand" (Hornuff 2020: 31). Es kann gar nicht stark genug betont werden, dass es bei diesen meme-basierten Hetzkampagnen niemals um das einzelne angegriffene Subjekt geht, das sich bis dato nur individuell mittels der Durchsetzung seiner Persönlichkeitsrechte notdürftig zur Wehr setzen kann. Vielmehr richten sie sich immer auch gegen die politischen, kulturellen oder wissenschaftlichen Institutionen oder Organisationen, denen die angegriffenen Personen angehören. Es geht letztlich darum, die Politik, den Journalismus und die Wissenschaft *als solche* zu destabilisieren. Selbst das nur als Spaß gemeinte Teilen eines Memes, das Angehörige dieser Institutionen diskreditiert, bedeutet, bei diesem zynischen „Spiel" wissentlich oder unwissentlich mitzumachen.

Im Februar 2022 entschied das Bundesverfassungsgericht schließlich, dass die Persönlichkeitsrechte von Politiker*innen besonders zu schützen seien

historische Haltung zur Pädophilie in Teilen ihrer Partei dreißig Jahre später erneut thematisiert wurde, gab ein rechter Influencer Künasts Einwurf in einem Facebookpost verfälscht so wieder: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist, ist der Sex mit Kindern doch ganz o. k. Ist mal gut jetzt." Künast verklagte den Nutzer, der sich wiederum mit einem weiteren Post über die Dünnhäutigkeit der Politikerin beschwerte, woraufhin sich auf den sozialen Medien eine Flut von sexistischen und menschenverachtenden Beleidigungen über die Politikerin ergoss. Künast wollte von Facebook die Herausgabe der Identitäten von 22 Nutzer*innen bei Facebook erzwingen, scheiterte aber mit dieser Forderung vor dem Berliner Landgericht, das fast alle Aussagen als Meinungsäußerung bewertete. Erst in höherer Instanz wurden viele dieser Posts als Beleidigung eingestuft.

4 https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/gruenen-politikerin-verklagt-facebook-verbreitung-von-hate-speech-17314174.html (Zugriff am 19.9.2022).

und diese sich Beleidigungen im Internet nicht gefallen lassen müssen. In einer Pressemitteilung des Gerichts heißt es als Begründung, dass

> [...] ein wirksamer Schutz der Persönlichkeitsrechte von Amtsträgerinnen und Amtsträgern sowie Politikerinnen und Politikern über die Bedeutung für die jeweils Betroffenen hinaus im öffentlichen Interesse [liegt], was das Gewicht dieser Rechte in der Abwägung verstärken kann. Denn eine Bereitschaft zur Mitwirkung in Staat und Gesellschaft kann nur erwartet werden, wenn für diejenigen, die sich engagieren und öffentlich einbringen, ein hinreichender Schutz ihrer Persönlichkeitsrechte gewährleistet ist.[5]

Phatische Memes

Aus Sicht der Communitys, die Memes generieren und teilen, erfüllt die Kombination aus vertrauter Wiederholung und überraschender Neuartigkeit auch eine phatische kommunikative Funktion (Phillips/Milner 2017: 32–33). So wie auch andere phatische Kommunikationsmuster wie das Grüßen aus wiederkehrenden und schablonenhaften Elementen bestehen (einer Redewendung oder einer spezifischen Gestik), werden diese je nach Situation (sozialer Kontext, individuelles Gegenüber) unterschiedlich kombiniert und variiert. Bei Memes handelt es sich also nicht bloß um eine humoristische Textsorte, sondern auch um phatisch geteilte „Folklore", durch die konnektive Zugehörigkeit zu einem Kollektiv oder einer Community phatisch erzeugt und aufrechterhalten wird. Ohne die konnektive Affordanz der digitalen Medien wäre die große Popularität von Memes gar nicht denkbar, denn diese „basiert auf Usernetzwerken, über die sie sich […] im Ökosystem der sozialen Medien verbreiten" (Leavitt 2014: 145). Memes sind deshalb nicht nur Medieninhalte, sondern auch eine soziale „Praktik", die durch ihren emotiven und appellativen Charakter dem „Schaffen sozialer Identifikation" dienen (Osterroth 2020: 123). So wie aus soziologischer Sicht das Erzählen eines Witzes wichtiger ist als sein Inhalt, dient das Teilen von Internet-Memes nicht nur der „Verbreitung von Informationen", sondern immer auch dem „sozialen Bonding" (Zappavigna 2015: 101; eigene Übersetzung), und zwar indem eine In- und

5 https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2022/bvg22-008.html (Zugriff am 19.9.2022).

eine Outgroup konstruiert wird. Im Falle von rechten Memes, die beispielweise den „Großen Austausch" oder „Volkstod" thematisieren, fällt die konnektive Funktionsweise von Memes und die durch sie übermittelte „Information" zusammen. Sie bewirken den sozialen Effekt phatisch mittels „geteilter Affekte" und semantisch mittels des Motivs der Selbstviktimisierung, denn diese Memes inszenieren rassistische „Ideologien in einem Bild ‚stammesübergreifender' Solidarität", als „ein Gleich-Fühlen jener, die von kolonisierenden Immigranten bedroht werden" (Strick 2021: 111).

Auch wenn Kumamon-Memes manchmal vielleicht ein wenig düster wirken mögen, kann ihnen wohl keine direkte schädliche Wirkung auf Andere unterstellt werden. Problematisch werden humoristische Memes dann, wenn sie mit rassistischen, frauenverachtenden oder religiösen Vorurteilen spielen und diese reproduzieren. Die durch Memes phatisch erzeugte Ingroup definiert sich dann in erster Linie über das diffamierende Auslachen von Minderheiten. Das Lachen ist dann kein kollektives, gemeinschaftliches Lachen, sondern ein „antagonistisches" (Phillips/Milner 2017: 113). Selbst wenn rassistische oder sexistische Memes nicht explizit in politischer und persuasiver Absicht erstellt und verbreitet werden, markiert das antagonistische Lachen über die in diesen Memes dargestellten Anderen dennoch ein soziales oder kulturelles Außen als Gegenüber oder gar Gegner (Weidacher 2019: 190). Selbst die nicht explizit in politischer Absicht erstellten und verbreiteten grenzüberschreitenden Memes spielen daher letztlich immer auch der Neuen Rechten und dem Rechtspopulismus in die Hände, deren zynisch-konnektive Diskursstrategie gerade auf dieser Markierung und Ausgrenzung eines antagonistischen Gegners beruht („die Ausländer", „der Feminismus"). Memes sind dann nicht mehr nur ein vergemeinschaftender phatisch-kommunikativer Akt, mit dem die Ingroup zum Lachen gebracht werden soll (Zappavigna 2015: 101), sie dienen dann auch der Ausgrenzung Anderer sowie der „Bestätigung" der uniformen ideologischen Haltung der eigenen Ingroup (Weidacher 2019: 190).

Memes müssen nicht zwingend aus Text/Bild-Kombinationen bestehen, wie im Falle des Kumamon-Memes. Auch Hashtags können als Memes funktionieren, wie das Beispiel der orchestrierten Empörung über die Rollenbesetzung der jüngsten *Star Wars*-Filme verdeutlicht. Anders als in den ersten sechs *Star Wars*-Filmen, in denen bis auf die Schauspielerinnen Carrie Fisher (Prinzessin Leia) und Natalie Portman (Königin Padmé Amidala) alle humanoiden Hauptrollen nicht nur männlich, sondern auch weiß besetzt waren, weckte die Besetzung einer Hauptrolle im siebten *Star Wars*-Film mit einer Person of Color, nämlich dem britisch-nigerianischen Schauspieler John Boyega, den Groll der

Fans und sorgte für einen per Hashtag konnektiv vernetzten weltweiten Aufruf zum Boykott des Films (ein ähnlicher, fast schon vorhersehbarer Shitstorm entlud sich anlässlich der Besetzung von Hauptrollen mit PoC-Schauspieler*innen in einer Prequel-Serie zur *Der Herr der Ringe*-Trilogie mit dem Titel *Der Herr der Ringe: Die Ringe der Macht* aus dem Jahr 2022). Neben einer Flut an rassistischen Hasstriaden gegen die Schauspieler*innen wurde dem Disney-Konzern identitätspolitische Propaganda und sogar die Unterstützung der „Auslöschung der weißen Rasse“ vorgeworfen (Greene 2019: 51–54; vgl. auch Schmidt 2020). Nicht selten findet sich in Hasskommentaren der Hashtag #BoycottStarWarsVII direkt neben dem Hashtag #whitegenocide. Daran ist zu erkennen, wie die Neue Rechte in den USA versucht, die Missgunst einer männlich und weiß dominierten Fan-Basis mit dem rassistischen Mythos des Untergangs der weißen Rasse konnektiv und affektiv zu verknüpfen. Diese metapolitische Strategie ist nicht zufällig entstanden, denn die Blaupause für diese schlagkräftige Allianz zwischen einer männlich und weiß dominierten, frauenverachtenden und rassistischen *Star Wars*-Fankultur und der Metapolitik vornehmlich männlicher weißer Rassist*innen findet sich in Andrew Anglins Strategiehandbuch der Neuen Rechten *A Normie's Guide to the Alt-Right*, wo es heißt, dass die Neue Rechte „ihre Message in existierende kulturelle Memes und Humor verpacken“ solle, um eine möglichst große Reichweite und Anschlussfähigkeit zu erreichen (so zitiert in: Greene 2019: 54). Die Populärkultur ist aufgrund ihrer großen und vor allem auch globalen Reichweite für diese Strategie besonders gut geeignet, wie wir auch am Beispiel der metapolitischen Strategie der deutschen Neuen Rechten sehen werden (vgl. das Fallbeispiel zum Japanbild der Neuen Rechten in Kapitel 4).

3.2 Neurechte und rechtspopulistische Metapolitik

Der Begriff Metapolitik wurde geprägt durch Alain de Benoist, Begründer der französischen „Nouvelle Droite“. Er verweist auf eine neurechte Diskursstrategie, die Benoist selbst als „Kulturrevolution von rechts“ bezeichnet hat. Dabei beruft er sich auf einen Denker, der auch zentral für das Denken der postmarxistischen Neuen Linken war, nämlich auf Antonio Gramsci und dessen Konzept der „kulturellen Hegemonie“. Mit Metapolitik ist die strategische Produktion und Verbreitung von zustimmungsfähigen Ideen in der „vorpolitischen“ Sphäre der Kultur und nicht in der Politik selbst gemeint (Leggewie 1987). Metapolitik meint folglich eine politische Praxis, die „ohne reale Machtperspek-

tive“ jene Begriffe im Bereich der Sprache und Kultur positioniert, in denen die jeweilige „Ideologie möglichst konsistent“ enthalten ist (Stahl 2019: 75, 81).

Der metapolitischen Strategie der Neuen Rechten liegt die Annahme zugrunde, dass die geschickte Platzierung rechtspopulistischer und neurechter Konzepte in der Alltagssprache oder im politischen Diskurs ihrer Normalisierung Vorschub leisten könne. Aus Sicht der Metapolitik ist es somit bereits ein Erfolg, wenn verbale Grenzüberschreitungen öffentlich in den Massenmedien oder den Parlamentsdebatten diskutiert und dadurch reproduziert werden. Denn das Ziel ist die möglichst häufige Wiederholung der immer gleichen oder sinngleichen provozierenden Slogans, Argumente und Begriffe in unterschiedlichen Medienöffentlichkeiten, egal durch wen und in welchem Kontext. Dabei handelt es sich um die simpelste und zugleich wirkungsvollste neurechte und rechtspopulistische Diskursstrategie (Wodak 2016: 147–148). Mit metapolitischer Normalisierung ist also der Versuch gemeint, über die Beeinflussung und Transformation der Alltagssprache längerfristig neurechte Standpunkte im politischen Diskurs zu etablieren und so eine stete Verschiebung der Grenze des öffentlich Sagbaren zu erreichen. Zur Beschreibung dieser Strategie verwendet die Neue Rechte den pseudowissenschaftlichen Begriff des „Overton-Fensters“, das nach rechts verschoben werden soll.

Neben der quantitativen Strategie einer möglichst häufigen Wiederholung von Themen und Begriffen besteht eine weitere Strategie der Metapolitik darin, semantische Verschiebungen auf der Begriffs- oder Wortebene zu erwirken. Auf Wortebene lassen sich drei qualitative Stoßrichtungen dieser metapolitischen Normalisierungsstrategie unterscheiden: a) das Verfemen eigentlich positiv konnotierter oder neutraler Begriffe durch Bedeutungsumkehr bzw. Polysemierung, (z.B. der pejorative Gebrauch der Wörter „Gutmensch“ oder „Fachkraft“), b) das (Re-)Framen bestimmter Themen durch das Etablieren von pejorativen Neologismen (z.B. „Großer Austausch“) und neu geschaffenen Kofferwörtern („Plandemie“) und c) das Aufwerten (bzw. „Mainstreamen“) von obsoleten wertkonservativen Begriffen wie „Volk“ (Niehr 2017; Stahl 2019: 104–105). Die Aussagen der Neuen Rechten und des Rechtspopulismus unterscheiden sich insofern von den Äußerungen „tumber Nazis“ (Schutzbach 2018: 8), als sie umgedeutete oder neologistische und nicht justiziable Begriffe verwenden, mit denen sich dennoch rechtsextreme Inhalte und Bedeutungen transportieren lassen. Der Publizist Thomas Assheuer beschreibt diese Strategie, sich als nicht offensichtlich rechtsextrem zu geben, als „taktische Selbstverleugnung“ (so zit. in Weiß 2017: 55).

Hinter der sprachlichen Ambiguisierung verbirgt sich eine weitere neurechte und rechtspopulistische Diskursstrategie, die sich als „trialogische Kommunikation" bezeichnen lässt. Diese ist eng mit der Konnektivität der sozialen Medien verknüpft. Zur Erinnerung: Das Ziel der metapolitischen Diskursstrategie ist es, in so vielen Medienöffentlichkeiten wie möglich präsent zu sein – in der Öffentlichkeit der Parlamente und Massenmedien genauso wie in der Semi-Öffentlichkeit der sozialen Medien. Rechtspopulistische und neurechte Akteur*innen kommunizieren daher in der Regel in zwei Richtungen gleichzeitig, also bewusst „trialogisch" (Stahl 2019: 135). Einerseits soll mit dem Mittel der absichtlichen sprachlichen Grenzüberschreitung Aufmerksamkeit in den sozialen Medien und Empörung in den Massenmedien erzeugt werden (Stegemann/Musyal 2020: 212). Andererseits soll gerade in öffentlichen Debatten nicht nur das anwesende Gegenüber angesprochen werden (das macht rechtspopulistische Politiker*innen zu sehr schwer integrierbaren Talkshowgästen), sondern durch die bloße Nennung bekannter metapolitischer Chiffren und Codes (z.B. der „Große Austausch" bzw. „Bevölkerungsaustausch") wird vielmehr phatisch auch mit der eigenen Basis in der Semi-Öffentlichkeit der sozialen Medien kommuniziert, die in ihren ideologischen Einstellungen bestätigt werden will. Diese konnektiv-phatische Strategie wird in der Kommunikationswissenschaft auch als *dog whistling* („Hundepfeifen-Taktik") bezeichnet, weil der semantische Inhalt dieser Codes und Chiffren für Nichteingeweihte im Grunde nicht zu „hören" bzw. zu verstehen ist (vgl. auch das Fallbeispiel zum Japanbild als „kryptofaschistischer Chiffre" in Kapitel 4).

In der Rhetorik der AfD finden sich zahlreiche Belege für diese trialogisch-metapolitische Diskursstrategie. So bezeichnete der Thüringer AfD-Landesvorsitzende Björn Höcke im Januar 2017 das Berliner Holocaust-Mahnmal in einer Rede als „Denkmal der Schande". Die anschließende mediale und politische Empörung war vorprogrammiert, und die Schritte, die dann folgten, haben Handbuchcharakter. Zunächst relativierte Höcke die Aussage in einer Pressemitteilung. Er behauptete, dass er selbstverständlich den durch die Nationalsozialist*innen verübten Völkermord an den Juden als „Schande" verstanden wissen wolle, und nicht das Mahnmal selbst. Bei diesem Statement ging es selbstverständlich nicht um eine Entschuldigung; die daran anschließende Auseinandersetzung mit seiner Aussage in der Politik und den Medien sollte vor allem die Aufmerksamkeitsmaschine am Laufen halten. Höckes Formulierung war indes von Anfang an bewusst ambig formuliert, wie der Literaturwissenschaftler Heinrich Detering analysiert:

> Die Art, in der Höcke sich die bei Augstein oder Walser gefundene Wendung vom „Mahnmal der Schande“ aneignet, in der Zweideutigkeit von *genitivus objectivus* (das Denkmal erinnert an die Schande) und *genitivus explicativus* (das Denkmal ist schändlich), gibt ein besonders instruktives Beispiel für die Kunst der subtilen Ambivalenz, die ihm hier [...] jederzeit den Rückzug ins Unanstößige offenhalten soll. (Detering 2019: 27)

Durch die ambige Form seiner Aussage kann Höcke nicht nur davon ausgehen, dass seine Formulierung in der Medienöffentlichkeit den erwünschten Skandal hervorruft. Seine im Internet konnektiv weiterverbreitete zynische Rede hat mitsamt ihrem geschichtsrevisionistischen Grundtenor zudem auch die eigene Basis erreicht. Außerdem konnte er sich – und damit schließt sich der Kreis der metapolitischen Diskursstrategie – aufgrund der Ambiguität seiner Aussage nachträglich darauf berufen, dass er ja nur falsch verstanden bzw. seine Aussage aus dem Kontext gerissen worden sei. Das wiederum erlaubt es ihm, sich vor seiner eigenen Basis zum Opfer eines voreingenommenen medialen und politischen Systems zu stilisieren. Höcke gelingt es auf diese Weise, sich durch seine Aussage und ihr vermeintliches Missverständnis selbst „als anti-totalitär und dissidentisch“ zu inszenieren: Seine Rede „wird zu einem Akt notwendiger und berauschender Selbstermächtigung“ (Strick 2021: 131).

„Ein Zyniker ist ein Mensch,
der von allem den Preis
und von nichts den Wert kennt."

Oscar Wilde, *Lady Windermeres Fächer*

4. Fallbeispiele: subkultureller und politischer Zynismus

Es scheint nahezu unmöglich, sich ausführlich mit allen lokalen oder subkulturellen Spielarten des konnektiven Zynismus zu befassen. Was schon für einen einzigen Kultur- oder Sprachraum fast unmöglich ist, würde bei einer Einbeziehung aller internationalen Kontexte eine geradezu aussichtslose Mammutaufgabe ergeben.[1] Trotz vieler Ähnlichkeiten sind die diversen Einzelphänomene in ihrer jeweiligen konkreten Erscheinung viel zu flüchtig und werden meist in kürzester Zeit schon von neuen Ereignissen überlagert. Ich vertrete daher hier den Standpunkt, dass die einzelnen Spielarten und Formen des konnektiven Zynismus unabhängig vom jeweiligen sprachlichen oder politischen Kontext in ihren Funktionsweisen und Mechanismen strukturell so ähnlich sind, dass die beiden im Folgenden vorgestellten Fallstudien paradigmatisch zur Erläuterung des kulturellen und politischen konnektiven Zynismus herangezogen werden können. Während es beim ersten Fallbeispiel um die metapolitische Instrumentalisierung der kryptofaschistischen Chiffre „Japan" im neurechten Diskurs geht, befasst sich das zweite Fallbeispiel mit dem mit rechten Inhalten kokettierenden Influencer Adlersson. Die Fallstudie zu Adlersson basiert auf einer umfassenden Datenanalyse, die konnektive Verbindungen zwischen einem auf den ersten Blick relativ harmlos erscheinenden YouTuber und der Neuen Rechten aufdeckt.

Ich beschränke mich aus zwei Gründen auf diese beiden Fallbeispiele. Zum einen ist dieses Buch in erster Linie ein theoretisches Buch, das eine Terminologie bereitstellt, mit der die Mechanismen und Dynamiken des konnektiven Zynismus begrifflich erfasst werden können. Zum anderen sollen explizit rassistische oder sexistische Inhalte nicht reproduziert werden. Der Influencer Adlersson wurde ausgewählt, weil dessen YouTube-Accounts inzwischen teilweise gelöscht wurden, was die Gefahr verringert, dass dieses Buch deren konnektive Reichweite und damit Adlerssons Umsatz vergrößert.[2] Das Beispiel der metapoli-

1 Zu den wenigen Publikationen, die sich mit der transnationalen Dimension der Neuen Rechten auseinandersetzen, gehören Hermansson u.a. (2020) und Froio und Ganesh (2019).

2 Am 4.3.2020 wurden Adlerssons YouTube-Kanäle gesperrt. Dafür gibt es bis heute weder von ihm noch von YouTube eine offizielle Begründung. Er rief daraufhin u. a. auf Instagram (ca. 192.000 Follower; Stand: 19.3.2020) dazu auf, seinem Kanal auf der

tischen Chiffre „Japan“ ist zwar unterschwellig rassistisch, im Vergleich zu anderen Aspekten der neurechten Diskursstrategie jedoch noch verhältnismäßig harmlos in seiner Darstellung.

4.1 Japan als metapolitische Chiffre der Neuen Rechten

Japan ist nicht nur zentrale Referenz einer globalisierten Onlinesubkultur, sondern auch fester Bestandteil des ideologischen Repertoires gebräuchlicher Chiffren und Codes einer sich zunehmend transnational vernetzenden Neuen Rechten (vgl. dazu auch die ausführliche Studie von Osawa 2022). Aus Japan sind sowohl medientechnologische als auch ideologisch-kulturelle Impulse für die Neue Rechte gekommen. So sind nicht nur die zuerst in Japan entstandenen Internetforen 2channel bzw. 2chan technologisch gesehen direkte Vorläufer für ihre US-amerikanischen (4chan) oder deutschen Ableger (krautchan). Vielmehr hat die globale Neue Rechte auch den in diesen Foren vorherrschenden zynischen Stil der Onlinekommunikation übernommen (im Fall von 4chan sind das vor allem die Subforen /b/ [random] und /pol/ [political incorrect]). Man kann vielleicht soweit gehen zu behaupten, dass ohne diese Plattformen „die Entstehung der Alt-Right gar nicht denkbar gewesen wäre“ (Hermansson et al. 2020: 208).

Bestimmte Japanbilder sind durch die Alt-Right geradezu „fetischisiert“ worden, was sich auch an den „Manifesten“ der rechtsterroristischen Attentäter von Christchurch oder Halle ablesen lässt (vgl. Rafael 2019; dazu Stegemann/Musyal 2020). Auf diskursiver Ebene reicht der Japanbezug der Neuen Rechten von einzelnen „Fragmenten der japanischen Populärkultur“ bis hin zum geschichtsrevisionistischen und rassistischen Konstrukt einer im Vergleich zu anderen Ländern vermeintlich hohen „ethnischen Homogenität“ der japanischen Gesellschaft (Hermansson et al. 2020: 208). Wie wir an dem folgenden Beispiel sehen werden, ist der Chiffre Japan nicht nur in der US-amerikanischen Alt-Right eine Fetischisierung widerfahren, sondern auch in der europäischen Neuen Rechten. Für die globalisierte Neue Rechte ist Japan nicht nur in kultureller Hin-

---

Plattform Twitch sowie dem Kanal seines Vaters zu folgen. Im April 2021 erwirkte er vor dem Oberlandesgericht (OLG), dass der weniger auffällige Videokanal Adlersson-Review wieder freigeschaltet wird. Die ABG des Internetkonzerns seien zu uneindeutig, so die Urteilsbegründung. Auch der Content dieses Accounts, der eine knappe halbe Million Follower*innen hat (Stand: 6.9.2022), ist seitdem sehr viel gemäßigter.

sicht ein Vorbild, sondern auch politisch. Besonders fasziniert ist man von der Integration neurechter und nationalistischer Ideologien in das Programm der regierenden Partei (der Liberaldemokratischen Partei Japans) und der Bewahrung eines nationalkulturellen Selbstbewusstseins nach der Niederlage im Zweiten Weltkrieg. Das in der Neuen Rechten und bei rechtspopulistischen Akteur*innen vorherrschende kulturelle und politische Japanbild setzt sich aus drei Aspekten zusammen, die mit drei zentralen ideologischen Zielen der Neuen Rechten deckungsgleich sind, nämlich a) eine Revision des gemeinhin anerkannten Geschichtsbildes, b) die Verbreitung eines anti-feministischen und misogynen Männlichkeitsbildes und c) die identitätspolitische Vorstellung einer monoethnischen japanischen Gesellschaft.

Migrationspolitik, Ethnozentrismus und Geschichtsrevisionismus

Die Topoi „japanische Ethnie/Kultur“ und „Migrationspolitik in Japan“ spielen in neurechten Kreisen bereits seit den 2010er Jahren eine nicht unwichtige Rolle. Eine zentrale Figur in der diskursiven Konstruktion eines romantisch verklärten und nationalistischen Japanbildes im deutschsprachigen Raum ist der Österreicher Martin Lichtmesz (eigentlich Semlitsch), Autor der durch das Institut für Staatspolitik (IfS) herausgegebenen Zeitschrift *Sezession*. Bereits 2016 hat er den Mythos einer „ethnisch und kulturell homogenen“ Nation Japan sowie die darauf basierende restriktive Migrationspolitik der nationalkonservativen Liberaldemokratischen Partei (LDP) unter Ex-Premierminister Abe Shinzō als Gegenentwurf zur europäischen Einwanderungspolitik für sich entdeckt, die seiner Ansicht nach durch „Entwurzelung und Vermassung“ den „inneren Frieden“ in der Bevölkerung gefährde und der „Vorherherrschaft einer islamischen Monokultur“ Vorschub leiste (Lichtmesz 2016). Mittels dieses Japanbildes kann Lichtmesz die Mär vom drohenden „großen Austausch“ der deutschen Bevölkerung weitertragen, ohne diesen Begriff selbst zu verwenden.

Im Jahr 2018 veröffentlicht Jan Moldenhauer (2018), Mitglied des AfD-Landesvorstands in Sachsen-Anhalt und Kreisvorsitzender der AfD Magdeburg, im Verlag des IfS die Studie *Japans Politik der Null-Zuwanderung: Vorbild für Deutschland?*. Darin beschreibt er das „japanische Modell“ der Migrationspolitik als eine Kombination aus a) restriktiver und damit „inländerfreundlicher“ Asyl- und Flüchtlingspolitik, b) „großzügiger“ Entwicklungs- und Flüchtlingshilfepolitik in betroffenen Regionen, c) einer Zuwanderungspolitik, die auf der „Re-Migration“ ausgewanderter ethnischer Japaner*innen und deren Nachkommen,

einem Gastarbeiter*innenprogramm mit „konsequent durchgesetzter Rückkehrpflicht“ und der Anwerbung von Spitzenkräften basiere, d) einer Familienpolitik, die auf „Fertilitätsanreize“ zur Anhebung der japanischen Geburtenrate setze, e) einer Technisierungsstrategie als „Zuwanderungsvermeidungsstrategie“ und f) einem Wirtschaftsmodell, das mit dem japanischen „Volkscharakter kompatibel“ sei und durch ein „knappgehaltenes“ Arbeitskräfteangebot Produktivitäts-, Qualitäts- und Innovationsanreize generiere (vgl. auch Moldenhauer 2021). Bei der Betrachtung dieser Liste wird sehr schnell klar, dass viele der genannten Aspekte deckungsgleich mit der restriktiven Migrationspolitik der AfD sind, die – verkürzt gesagt – ebenfalls auf eine Beschränkung der Migration auf qualifizierte Fachkräfte aus „kulturnahen“ Ländern sowie eine nationalkonservative bis völkisch-antifeministische Familienpolitik abzielt. Japan habe, so zitiert Moldenhauer (2019) den LDP-Abgeordneten Shigeharu Aoyama in einem Beitrag in der Zeitschrift *Sezession*, „vom Versagen Deutschlands“ in der sogenannten „Flüchtlingskrise“ gelernt. Durch die Wiedergabe dieses Zitats eines japanischen Politikers spendet Moldenhauer nicht nur der japanischen Politik Beifall, vielmehr funktioniert sie auch als eine aus dem „fortschrittlichen“ Ausland kommende Schelte der deutschen Migrationspolitik. Es muss nicht eigens betont werden, dass in rechten und rechtskonservativen Kreisen bei diesem diskursiven Schulterschluss der AfD mit Japan immer auch das Kriegsbündnis zwischen Nazi-Deutschland und dem ultranationalistischen japanischen Kaiserreich im Zweiten Weltkrieg positiv mitschwingt. Diese Wertschätzung der nationalkonservativen Politik der Regierungen unter Abe findet sich nicht nur bei der deutschen Neuen Rechten. Auch Steve Bannon, ehemaliger Berater Trumps, hat den damaligen japanischen Premierminister Abe anlässlich eines Japanbesuches im Mai 2019 lobhudelnd als „Trump vor Trump“ bezeichnet (Osaki 2019).

Unmittelbar nachdem sich die Idee des „japanischen Modells“ durch diese und weitere Publikationen erfolgreich in rechtsintellektuellen Kreisen etabliert hatte, zündete die zweite Stufe der metapolitischen Diskursstrategie, nämlich die gezielte Platzierung dieses nativistischen Diskursfragments im parteipolitischen Diskurs der AfD, und damit auch in der parlamentarischen Öffentlichkeit der Landesparlamente und des Bundestags. Unterschiedliche Diskurskanäle und Einzelpersonen waren zuvor an seiner parteiinternen Ventilierung beteiligt. Zunächst erhielt jedes AfD-Mitglied im Mai 2018 ein Freiexemplar von Moldenhauers Buch. Zudem verfasste Moldenhauer selbst weitere themenbezogene Beiträge für rechte Internetmedien wie *PI News* oder die bereits erwähnte Zeitschrift *Sezession* und hielt zudem zu unterschiedlichen Anlässen Vorträge zu migrationspolitischen Themen, z.B. im Rahmen eines Vortragsabends der

AfD-Bundestagsgruppe Sachsen-Anhalt in Berlin im September 2018. Im Oktober 2018 trug der Parlamentarische Geschäftsführer der AfD-Fraktion Bernd Baumann die „Vorzüge“ des im Buch von Moldenhauer gepriesenen „japanischen Modells“ in einer Rede schließlich auch in die politische Öffentlichkeit auf Bundesebene:

> Schauen Sie mal nach Japan. In Japan gab es keine Einwanderung. Die haben ihre eigenen Leute besser ausgebildet, haben massiv in arbeitssparende Technologie investiert. Jeder zweite Industrieroboter kommt heute aus Japan. Das war der richtige Weg. Heute haben die Japaner dieselben Probleme mit Geburtenrückgang wie wir selbst. Aber wieder denken sie nicht an Einwanderung, weil sie klar sehen, gerade jetzt beginnt die neue technologische Revolution, die Arbeit einspart – unzählige Arbeitskräfte: die sogenannte Industrie 4.0. Natürlich kann man auch in Deutschland einem Mangel an Fachkräften durch bessere Ausbildung und Technik vorbeugen. Aber das verstehen scheinbar nicht alle, am wenigsten die Grünen. Kein Wunder, da hat noch nicht mal die Fraktionsvorsitzende einen Abschluss geschafft. Nicht wahr, Frau Göring-Eckardt?
> (So zit. in Moldenhauer 2021)

Auf dem Bundeskongress der Jugendorganisation der AfD, der *Jungen Alternative für Deutschland*, fand das „japanische Modell“ im Februar 2019 schließlich Eingang in das Grundsatzprogramm des AfD-Nachwuchses, dem sogenannten „Deutschlandplan“. Darin ist die aus diesem Diskurs abgeleitete konkrete politische Forderung zu lesen, dass für „die Neuordnung der Zuwanderung nach Deutschland […] ein Zuwanderungssystem nach dem Vorbild Japans“ unabdingbar sei.

Das prominenteste Mitglied des inzwischen offiziell aufgelösten rechtsextremen „Flügels“ der AfD, Björn Höcke, präsentierte das „japanische Modell“ anschließend auf dem Kyffhäusertreffen 2019 in Leinefelde in Thüringen. Unter dem Motto „Mehr Japan wagen!“ sprach sich Höcke in seiner Rede ausdrücklich für die Übernahme der „identitätserhaltenden“ restriktiven Migrationspolitik Japans aus, die Vorbildcharakter für Deutschland habe. In Japan finde, so argumentierte Höcke geschichtsrevisionistisch, „keine Vergangenheitsbewältigung statt, die die Zuwanderung als historisch-moralische Pflicht verkauft“. Und nur, wenn auch Deutschland den „japanischen Weg“ einschlage, so Höcke weiter, bestehe noch eine Chance, dass von Deutschland und Europa in „zwanzig oder

dreißig Jahren" noch mehr übrig sei, als „bloß der Name".[3] Der Erfolg dieser auf mehrere Jahre angelegten metapolitischen Strategie zeitigte sich im April 2021, als der AfD-Bundesparteitag Höckes Vorschlag in das Wahlprogramm für die Bundestagswahl 2021 übernahm. Dort heißt es: „Vorbild einer identitätswahrenden Migrationspolitik können für Deutschland nicht klassische Einwanderungsländer von der Größe Kanadas oder Australiens sein, sondern eher Länder wie Japan, die eine ihrer Landesstruktur entsprechende Begrenzung und Steuerung der Migration verfolgen."[4]

Wie an der Rede Höckes gut zu erkennen ist, gilt Japan auch in Sachen Geschichtsrevisionismus der Neuen Rechten als leuchtendes Vorbild, denn dort hätten sich die Neue Rechte und die nationalkonservative LDP viel erfolgreicher als in Deutschland gegen einen durch die alliierten Besatzer oktroyierten „Nationalmasochismus" zur Wehr gesetzt. Erklärtes Ziel des geschichtsrevisionistischen Diskurses in der AfD ist die Umschreibung der Kriegsschuldfrage sowie die Relativierung der durch das Militär begangenen Kriegsverbrechen. In Japan arbeitet eine Allianz neurechter Geschichtsrevisionist*innen (Richter/Höpken 2003; Saaler 2006), nationalkonservativen politischen Lobby-Gruppen wie *Nippon kaigi* („Japan-Konferenz") (vgl. Kingston 2017; Nakano 2016) und populärkulturellen Künstler*innen (vgl. Richter 2008) wie dem prominenten Manga-Zeichner Kobayashi Yoshinori (Poppe et al. 2023) bereits seit den 1990er Jahren koordiniert an einem außen- und bildungspolitischen Rechtsruck, der ein „gesundes" patriotisches Selbstverständnis hervorbringen soll. Im Zentrum steht dabei die Reform des Schulunterrichts, insbesondere des Moral- und Geschichtsunterrichts. Damit soll die „masochistische" Geschichtsauffassung der Nachkriegszeit bekämpft werden, die die Entstehung einer patriotischen Jugend verhindere. Längerfristig ist es sowohl das Ziel der AfD als auch der in Japan regierenden rechtskonservativen LDP, Deutschland bzw. Japan aus ihrer außenpolitischen Abhängigkeit zu den USA zu befreien, die Entstehung eines starken Nationalbewusstseins zu forcieren und den Mythos oder das Ideal eines „monoethnischen" Volkes am Leben zu halten.

Unter den Vertreter*innen der Neuen Rechten in Deutschland ist es beispielsweise der studierte Japanologe Winfried Knörzer, der dieses geschichtsrevisionistische Japanbild im neurechten Diskurs vertritt. Japan sei nach dem Krieg gelungen, was für Deutschland bis heute nur „Wunschtraum" sei, nämlich

3 https://www.youtube.com/watch?v=gXo8pRXNEEU (Zugriff am 30.9.2021).
4 https://www.afd.de/wahlprogramm/ (Zugriff am 30.9.2021).

sich zu einer „selbstbewussten Nation“ zu entwickeln. Zu verdanken sei dies in erster Linie dem Weiterbestehen des japanischen Kaiserhauses nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs, mit dem in Japan eine Figur der symbolischen Integrität erhalten geblieben sei, deren „reale Kontinuität“ die „Vergangenheit und Gegenwart zu einer Einheit“ zusammenfüge, argumentiert Knörzer in der Zeitschrift *Sezession* (Knörzer 2005: 50–52). In der BRD hingegen habe „der Mythos der Stunde Null die deutsche Geschichte vor 1945 zu einem Schreckbild des Bösen verteufelt.“ Dass Knörzer den japanischen Kaiser, sprich den Tennō, in das Zentrum seiner revisionistischen Argumentation stellt, hat auch in der Ideologie der japanischen Rechten eine lange Tradition. Bekanntestes Beispiel dürfte der über die Grenzen Japans hinaus bekannte Schriftsteller und Schauspieler Mishima Yukio sein, der in seinem Werk ebenfalls die besondere Rolle des Kaiserhauses für die nationale japanische Identität betont.

Mishima Yukio als metapolitische Chiffre für Maskulinismus und gewaltbereiten Faschismus

Der umstrittene Schriftsteller und Schauspieler Mishima Yukio ist neben seinem literarischen Werk vor allem für einen gescheiterten Putschversuch bekannt geworden, bei dem er im November 1970 zusammen mit Mitgliedern der von ihm gegründeten paramilitärischen Truppe *Tate-no-kai* („Schildgesellschaft“) das Hauptquartier des japanischen Militärs gestürmt hat.[5] Für die Neue Rechte in Europa und die Alt-Right in den USA fungiert Mishima als nicht justiziable Chiffre für eine autoritäre Gewaltherrschaft und den revolutionären Widerstand gegen eine durch die USA dominierte Nachkriegsordnung:

> [F]ür Eingeweihte können die Identitären mit dem Bezug auf Mishima klare Botschaften vermitteln: Der Aufbau einer Privatarmee als Weg, der Militärputsch als Mittel, die autoritäre Gewaltherrschaft als Ziel. Endzeitstimmung und Suizid passen dabei perfekt zur Ideologie. Die Identitären sehen sich selbst als „letzte Generation“, die einen imaginierten Bevölkerungsaustausch verhindern könne. Doch wer

5 Zum literarischen Werk Mishimas vgl. exemplarisch Hijiya-Kirschnereit und Bierwirth (2010), zur politischen Ideengeschichte Mishimas, insbesondere zur Rolle des Tennō, vgl. Mak (2014).

> sich selbst als letzte Generation begreift, die etwas ansonsten Unumkehrbares verhindern könne, darf buchstäblich zu allen Mitteln greifen. (Bonvalot 2019)

Ganz im Sinne der metapolitischen Diskursstrategie der taktischen Selbstverleugnung lässt sich Mishima in aller Öffentlichkeit als nicht offenkundig faschistische, sprich „unverdächtige" Chiffre für neurechte metapolitische Standpunkte verwenden. Mishima ist zu einer „Ikone" nicht nur der europäischen, sondern auch der US-amerikanischen Neuen Rechten geworden. Er reiht sich ein in eine „wirre Liste von ‚anti-modernistischen' Denkern, zu denen auch der obskure italienische Mystiker Julias Evola oder Ernst Jünger gehören" (Walker 2020). Die verschlüsselte Botschaft, für die die Chiffre „Mishima" steht, ist eindeutig – nämlich für „faschistische Milizen, Putsch (und) Machtergreifung" (Bonvalot 2019). Mishima ist mit anderen Worten eine kryptofaschistische Chiffre für die von der Neuen Rechten angestrebte völkisch-autoritäre Rebellion.

Auch der mit der neurechten US-amerikanischen Influencerin Brittany Pettibone verheiratete Frontmann der österreichischen Identitären Bewegung (IB) Martin Sellner ist glühender Verehrer Mishimas. Sellner gilt als idealtypisches Beispiel für die erfolgreiche Anwendung der metapolitischen Strategie auf die sozialen Medien, wo insbesondere die IB versucht, ein „subkulturelles Image" zu pflegen, indem sie „routiniert mit popkulturellen Codes" arbeitet, um zu verhindern, dass sie mit „rechts in Verbindung gebracht" werden (Weiß 2017: 93 und 107). Bevor Twitter Sellners Account Ende 2020 endgültig sperrte, hatte er seiner Mishima-Bewunderung in Tweets gleich mehrmals Ausdruck verliehen: „ich mag Japan extrem gern wegen mishima" [sic] und „Mishima und Todessehnsucht am Morgen :D", twitterte Sellner im Jahr 2016 (vgl. Bonvalot 2020). Auch der mit Sellner befreundete neurechte Publizist Lichtmesz ist bekennender Mishima-Fan; mit ihm hat Sellner anlässlich des fünfzigsten Todestages Mishimas im November 2020 ein YouTube-Video über Mishima produziert, das aufgrund der Löschung von Sellners YouTube-Account jedoch dort nicht mehr verfügbar ist.[6]

Mishima steht nicht nur wegen seiner den Tennō betreffenden geschichtsrevisionistischen Ansichten und seiner aktionistischen Putschversuche

6 Ein Audiomitschnitt fand sich bis vor kurzem noch unter https://soundcloud.com/martin-sellner/50-jahre-yukio-mishima-mit-martin-lichtmesz, dieser wurde aber inzwischen ebenfalls gelöscht (Stand: 27.9.2021).

insbesondere bei männlichen Vertretern der Neuen Rechen in Europa und den USA hoch im Kurs, sondern auch wegen seiner maskulinistischen „Todessehnsucht". Denn Mishima nahm sich, nachdem er mit seinem Putsch gescheitert war, im Hauptgebäude der japanischen Selbstverteidigungskräfte selbst das Leben, und zwar im Stile eines rituellen Suizids (*seppuku*). Damit steht der Schriftsteller Mishima nicht nur für den revolutionären Kampf gegen ein seiner Ansicht nach vollständig korrumpiertes Staatswesen, sondern auch für eine sich durch Tatkraft und Todessehnsucht auszeichnende toxische Männlichkeit, wie sie auch in europäischen und US-amerikanischen rechten Kreisen zelebriert wird. So betrachtet der *Sezession*-Autor Daniel Napiorkowski (2010: 6) Mishimas hochgradig ritualisiertes Handeln als „deutliche Verbeugung" vor dem Ethos des japanischen Soldatentums und Samurai-Geistes – und damit Werte, die einst auch Himmler zum Vorbild für die SS erklärte (vgl. Bieber 2014). Auch für den Sellner-Freund Martin Lichtmesz (2013) ist Mishima eine wichtige Persönlichkeit in einer ganzen Reihe von „Dichtern und Träumern", „die ein verlockender Hauch des Hades umgab". In einem im neurechten Chemnitzer Jugendmagazin *Blaue Narzisse* veröffentlichten Beitrag behauptet ein namentlich nicht genannter Autor fasziniert, dass Mishimas Suizid im Grunde „keine Niederlage" gewesen sei, sondern „das völlige Aufgehen im Körperlichen" (so zit. in Bonvalot 2020).

Die Figur Mishima eignet sich allerdings nicht nur aufgrund ihrer offen zur Schau gestellten durchsetzungsfähigen Männlichkeit und einem auf dem Symbol des Tennō basierenden kulturellen Nationalismus als Integrationsfigur einer immer stärker globalisierten Neuen Rechten. Trotz seiner nationalistischen und rechtsextremistischen Ansichten betonte Mishima in einer öffentlichen Diskussion mit linken Student*innen während der Studierendenunruhen im Sommer 1969 explizit die vielen Gemeinsamkeiten zwischen linken und rechten Ideologien, insbesondere aber den gegen das System gerichteten gemeinsamen revolutionären Standpunkt. Während in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Mishima dieses Querfrontdenken eine ideologische Einordnung seines Werks eher verkompliziert hat, eignet er sich aus Sicht der Neuen Rechten auch gerade aufgrund seiner ambigen Haltung so ideal für metapolitische Zwecke. Mishimas „nihilistisches" und „mystizistisches" Denken macht ihn zum erstklassigen „Avatar" der „kryptofaschistischen" Neuen Rechten, die „sich weniger für die Politik, als für eine Metapolitik der Posen und Gebärden interessiert" (Walker 2020).

Die umgreifende Popularität Mishimas beschränkt sich längst nicht mehr nur auf diese intellektuellen neurechten Kreise, sondern ist auch fester

Bestandteil des diskursiven Repertoires neurechter und rechtsextremistischer Subkulturen geworden. Ein bekanntes, allerdings bereits etwas älteres Beispiel dürfte die Band *Death In June* sein, eine Neofolk-Musikgruppe, die bekannt ist für ihre Verwendung faschistischer Symbole und Codes. In den 1980er Jahren entstanden gleich mehrere Langspielplattenalben der Band, die ästhetisch unter dem Einfluss einer intensiven Mishima-Rezeption standen. Ein weiteres, neueres Beispiel dieser populärkulturellen Mishima-Verehrung ist eine im Sommer 2021 im neurechten Hydra-Comicverlag (vgl. AIB 2020) erschienene Graphic Novel über Mishima. Hinter dem Verlag verbirgt sich das neurechte Netzwerk Ein Prozent, das „als wichtige Vernetzungsplattform für extrem rechte Initiativen und als Schnittstelle zwischen AfD, Akteuren der sogenannten ‚neuen' Rechten und dem klassischen Neonazi-Spektrum" fungiert (Dau 2021). Geschäftsführer des Hydra-Verlags ist niemand geringeres als der ehemalige Bundesvorsitzende des NPD-Jugendverbandes *Junge Nationaldemokraten* (JN) Michael Schäfer. Autor des im Original auf Italienisch erschienenen Comics ist wiederum der Sänger der italienischen Rechtsrock-Band *Sköll*, Frederico Goglio. Laut eines Berichts der italienischen Tageszeitung *Il Messaggero* tritt dieser mit seiner Band regelmäßig auf Veranstaltungen der neofaschistischen *CasaPound*-Bewegung und der rechtsextremen Partei *Forza Nuova* auf. Aktiv beworben wird das Angebot des Hydra-Verlags auch auf den Social-Media-Kanälen der IB, wie beispielsweise in einem YouTube-Video von Alexander „Malenki" Kleine, dem Regionalleiter der IB in Sachsen (zu Malenki vgl. auch den anschließenden Abschnitt zum Influencer Adlersson).

Auch die Zeitschrift Sezession bewarb nicht nur den Hydra-Verlag selbst, sondern explizit auch den Mishima-Comic, der in einer Sammelrezension mit anderen Comics ausführlich besprochen wurde. Darunter befinden sich auch ideologisch weniger eindeutig einzuordnende Comics, die sich in der rechten Szene aber dennoch großer Popularität erfreuen. Bekanntestes Beispiel dafür ist Frank Millers Graphic Novel „300". Ein Werk, so der Rezensent, das „ohne große gedankliche Verrenkungsakrobatiken als Anknüpfungspunkt rechter ‚Pop-Kultur' fungieren" könne (Schick 2020). Unverhohlen wird in der Rezension das metapolitische Anliegen formuliert, mittels der Popkultur den „subtilen Transport der eigenen politischen Überzeugungen" erreichen zu wollen (Schick 2020).[7]

7 „Auch das Motiv des Kampfes bis zum Tod ist den Identitären dabei nicht fremd. Immerhin ist das Lambda-Symbol sogar konstitutiv für die Gruppe. Damit setzt sich die IB in die Tradition jener spartanischen Kämpfer, die in einer Schlacht gegen das persische Reich wohl fast vollständig den Tod fanden" (Bonvalot 2019).

In den Webshops neurechter Verlage ist zudem ein vielfältiges Angebot an Mishima-Merchandiseprodukten verfügbar. Auf der Hydra-Verlagsseite gibt es u.a. Poster und Kaffeetassen mit dem Konterfei Mishimas zu erwerben. Im Onlineshop des in Österreich ansässigen neurechten Verlags *Phalanx Europa* finden sich Mishima-Poster und T-Shirts (Garrel 2015). Auf einem der angebotenen Poster (siehe Abbildung 1; links) ist Mishima mit nacktem Oberkörper und bewaffnet mit einem Samurai-Schwert zu sehen, darunter steht das Zitat: „Ein Mann zu sein bedeutet, stets und ständig höher zu streben, nach dem Zenit der Männlichkeit, und schließlich dort zu sterben, umgeben vom weißen Schnee dieses Gipfels".





[Abb. 1] **Beispiele für Mishima-Merchandise (alle Rechte vorbehalten; Bildquelle: Bonvalot (2019).**

Das obige Zitat stammt aus Mishimas Werk *Honba* („Unter dem Sturmgott"), der zweite Band der Tetralogie „Das Meer der Fruchtbarkeit" aus dem Jahr 1969. Das Buch, das sich wie eine Blaupause für Mishimas Putschversuch liest, handelt von dem Rechtsextremisten Isao, der mit einer Gruppe von zwölf Männern Attentate auf Politiker und Großunternehmer plant, die Isaos Meinung zufolge den Geist Japans korrumpiert und den Tennō verraten hätten. Als der Plan scheitert, nimmt der Protagonist sich am Ende des Romans das Leben, ebenfalls im Stil des rituel-

len Suizids *seppuku*. Das oben erwähnte Zitat Mishimas ist Teil einer längeren Passage, in der sich das toxische und misogyne Männlichkeitsbild des Protagonisten Isao offenbart:

> Isao hatte niemals eine Frau sein wollen. Er hatte sich niemals etwas anderes gewünscht, als ein Mann zu sein, auf männliche Weise zu leben und einen männlichen Tod zu sterben. Ein solches Leben als Mann bedeutete, stets die eigene Männlichkeit zu beweisen – heute mehr Mann zu sein als gestern, morgen mehr Mann zu sein als heute. Ein Mann zu sein bedeutete, stets und ständig höher zu streben, nach dem Zenit der Männlichkeit, und schließlich dort zu sterben, umgeben vom weißen Schnee dieses Gipfels. (Mishima 1988)

Männliche Superiorität, absolute Opferbereitschaft bis in den Tod und bedingungslose Durchsetzungskraft sind die zentralen Momente, die die in der Regel männlichen Vertreter*innen der Neuen Rechten an der Figur Mishima verherrlichen. So findet sich im Angebot des Onlineshops des Verlags *Phalanx Europa* ein weiteres T-Shirt, auf dem Mishima ebenfalls mit muskulösem und nacktem Oberkörper zu sehen ist (siehe Abbildung 1, rechts) – daneben die Aufschrift „You only die once", als zynischer Gegenpart zur jugendsprachlichen Formulierung „You only live once" (yolo) einer vermeintlich verweichlichten und hedonistischen Jugend. Mishimas Maskulinismus und patriotische Selbstaufopferung ist ein geradezu idealtypisches und vor allem nicht-westliches Rollenmodell für eine fremden- und frauenfeindliche Neue Rechte, die sich dem Projekt verschrieben hat, ihrerseits „die ‚europäischen Völker und Kulturen' zu schützen und zu erhalten" (Strick 2021: 127). Mishimas Körperkult, sein kulturnationalistischer Standpunkt zur Bedeutung des Tennō für die japanische Kultur und der Wille zur Rebellion gegen das bestehende System stehen sinnbildlich für ein auf „Körperlichkeit", „Rasse" und „Geschlecht" basierendes Männlichkeitsbild in der Neuen Rechten (vgl. Virchow 2010).

Das Beispiel zeigt auch, dass die weltumspannende Konnektivität der sozialen Medien dazu geführt hat, dass sich die globale Neue Rechte in ihrer metapolitischen Strategie auf ein immer homogeneres Set von metapolitischen Diskursfragmenten bezieht. Mishima reiht sich ein in eine Gruppe anderer kryptofaschistischer Denker wie Ezra Pound, Carl Schmitt oder Dominique Venner. Ein für Nichteingeweihte nur bedingt zugängliches Repertoire an misogynrassistischen oder totalitären Diskursfragmenten, Memes oder Chiffren ist fester

Bestandteil einer kollektiven Symbolsprache globalisierter rechtspopulistischer und neurechter Bewegungen. Dieser Eklektizismus des globalisierten neurechten Denkens hat dazu geführt, dass mit Hilfe des Internets ein „globales Bedrohungsszenario“ geschaffen wurde, in dem der „weiße Massenmörder aus Australien […] sich ebenso von phantasmatischen Projektionen Frankreichs, Deutschlands und Angela Merkel bedroht fühlen (kann) wie der BRD-Faschist von Obama oder Studiengängen zu Afroamerikanischer Geschichte an US-Universitäten“ (Strick 2021: 118–119).

4.2 Der Influencer Adlersson und die Monetarisierung von zynischem Humor

In diesem Abschnitt wende ich mich einem Beispiel für den (sub-)kulturellen konnektiven Zynismus zu: dem aus Dresden stammenden Influencer Adlersson. Warum die Wahl ausgerechnet auf Adlersson gefallen ist, hat unterschiedliche Gründe.[8] Zum einen lässt sich am Beispiel Adlerssons sehr gut nachvollziehen, wie sich grenzüberschreitender Content auf Plattformen wie YouTube monetarisiern lässt. Zum anderen zeigt die Analyse, wie der YouTube-Algorithmus Nutzer*innen aus dem Feld der ideologisch und sprachlich ambigen Zwischentöne zu immer radikalerem Content führt. Ein weiterer Grund besteht jedoch darin, dass Adlerssons Kanäle aufgrund mehrerer Verstöße gegen die YouTube-Richtlinien – wie bereits erwähnt – zwischenzeitlich gesperrt wurden, was die Gefahr zumindest verringert, dass mit der Veröffentlichung dieses Buches die Monetarisierung von fragwürdigen Inhalten begünstigt wird.[9]

8 Die anschließenden Ausführungen basieren auf einer bereits erschienenen Analyse, die ich gemeinsam mit dem Datenanalysten Peter Mühleder durchgeführt habe (vgl. Schäfer/Mühleder 2020).

9 Es existieren bereits zahlreiche Studien über Influencer*innen, die sich Einzelphänomenen widmen. Rebecca Lewis (2018b) hat die Aktivitäten neurechter und rechter Influencer*innen in den USA untersucht und eine umfangreiche datenbasierte Visualisierung eines „Alternative Influence Network“ vorgelegt, Ico Maly (2020) hat sich in einer qualitativ-hermeneutischen Analyse ausführlich dem Briten Paul Joseph Watson gewidmet, um nur zwei ähnlich gelagerte Beispiele und Analysen zu nennen.

Die zynische Ambiguität des Influencers Adlersson

Einem größeren Publikum ist der YouTuber Adlersson vermutlich erst durch den im Jahr 2018 auf dem Leipziger DOK-Festival mit der Goldenen Taube ausgezeichneten Dokumentarfilm *Lord of the Toys* der beiden Filmemacher Pablo Ben Yakov und André Krummel bekannt geworden. Der Film – so die Begründung der Jury – zeige eine vom Gebrauch sozialer Medien durchdrungene Lebenswelt von (Dresdner bzw. ostdeutschen) Jugendlichen und gewähre dadurch denjenigen einen tiefgründigen Einblick in eine Welt, die selbst einer anderen Generation bzw. einem anderen Milieu angehören und/oder die sozialen Medien nicht aktiv nutzen. Adlerssons Erfolg beruht auf einem für die heutige Internetkultur charakteristischen ambiguen Humor, der ihm auf seinen beiden YouTube-Kanälen hunderttausende Abonnent*innen und Millionen von Videoabrufen beschert hat. Charakteristisch für Adlersson ist, dass er trotz seines antisemitischen und frauenverachtenden Humors seine wirkliche politische Haltung absichtlich in der Schwebe hält, um für ein möglichst breites Nutzer*innenspektrum anschlussfähig zu sein. Das macht ihn zu einem idealtypischen Vertreter des kulturellen Zynismus und dessen Monetarisierung.

Die Entscheidung der Jury des DOK-Festivals diesen Film auszuzeichnen sorgte im Anschluss für einen mittelgroßen Skandal, denn schon im Vorfeld der Premiere wurde über den Protagonisten des Films kritisch berichtet, u.a. in *Die Welt* (Hock 2018) und in der *Sächsischen Zeitung* (Berndt 2017). Während die *Sächsische Zeitung* noch einen eher milderen Ton anschlug, vermeldete *Die Welt*, dass Adlersson Nazi-Jargon „plündere" und „eine Art poppolitische Leichenfledderei" betreibe, die diesen Jargon „wachkitzele". Zwei inhaltliche Beispiele aus seinen Videos können verdeutlichen, warum Adlersson derart polarisiert.

In einem Video mit dem Titel „Ein kleines bisschen …" bespricht Adlersson ausführlich den erwähnten *Die Welt*-Zeitungsartikel, der die Schlagzeile „Den Fans gibt er ‚ein kleines bisschen Hitler'" trägt.[10] In seinem Video setzt er sich mit dem im Artikel geäußerten Vorwurf auseinander, er würde in seinen Videos mit „Nazi-Inhalten kokettieren". In seinem eigenen, in dem Artikel wiedergegebenen Wortlaut rechtfertigt Adlersson diese Attitüde mit seiner ostdeutschen Herkunft, wo eben „sehr viele so rechts" seien, weshalb man halt so auf-

10 www.youtube.com/watch?v=KGhIQEKHF1U (Zugriff am 12.2.2020).

wachse.[11] Allerdings betrachte er es „nicht als rechts, wenn man mal was [Rechtes] raushaut", denn „rechte Witze" und „rechter Humor" kämen in seinem Freundeskreis und seinem sozialen Milieu „immer an, das sorgt immer für Lacher".[12]

Adlerssons zynische Haltung kommt vollständig zur Geltung, wenn er sich in diesem Video trotz seines rechtslastigen, grenzüberschreitenden Humors als völlig unpolitisch darstellt. In der Mitte des Videos klebt er sich ostentativ zwei Aufkleber auf die Brust, einen der Identitären Bewegung (IB) und einen zweiten der Linksjugend, die ihm beide offensichtlich aus Spaß von Fans zugeschickt wurden:

> So, ich trage jetzt diese Aufkleber. Habe ich mich jetzt verändert, im Vergleich zu vor drei Minuten, wo ich noch keinen getragen hab? Bin ich jetzt rechts? Bin ich jetzt links? Oder heben diese Aufkleber sich irgendwie auf? Alles Bullshit! […] Ich will nicht aussagen, dass, wenn ich an meinem Schrank linke und rechte Aufkleber [habe], dass sich die beiden Aufkleber aufheben und ich damit wieder unpolitisch bin, nein, ich will damit sagen, dass es absolut scheißegal ist, was ich an meinem Schrank kleben hab. […] Und wenn ich da politische Aufkleber dranmache, dann interessiere ich mich immer noch nicht für Politik.[13]

Auch Adlerssons Fans beherrschen das bewusste Spiel mit der Grenzüberschreitung. Selbst wenn rechtsradikale Codes und Zeichen in den (offensichtlich durch Adlersson moderierten) Kommentaren seiner YouTube-Kanäle nur äußerst selten vorkommen, sind sie in den unmoderierten Chats zu seinen Livestreams allgegenwärtig.[14] Die Datenanalyse eines über zwölf Stunden gesammelten Samples

11 Da hat Adlersson nicht unrecht, denn die jüngst erneut erschienene Rechtsextremismus-Studie der Universität Leipzig aus diesem Jahr kommt zu dem Schluss, dass in Ostdeutschland fast die Hälfte der Menschen eine „ausländerfeindliche" Einstellung teilen (Decker/Brähler 2018).

12 www.youtube.com/watch?v=KGhIQEKHF1U (Zugriff am 12.2.2020).

13 www.youtube.com/watch?v=KGhIQEKHF1U (Zugriff am 12.2.2020).

14 In den öffentlich sichtbaren und durch Adlersson selbst kuratierten Kommentaren zu seinen Videos sind eindeutig rechtsradikale Abkürzungen in der Minderzahl (‚88' = 121; ‚HH' = 62; ‚SS' =140 gesamten Textkorpus von Kommentaren), und selbst die Abkürzung der rechtspopulistischen Partei AfD taucht in allen gesammelten Kommentaren nur 371 Mal auf.

(ca. 15.000 Kommentare)[15] eines solchen Livestreams von Adlersson zeigt, dass sich z.B. der szenetypische Code ‚88' unter den zwanzig häufigsten verwendeten Zeichenfolgen in den Kommentaren findet. Hinzu kommen zahlreiche weitere eindeutige Codes wie u.a. ‚444', ‚1488', ‚SS', ‚HH' und das Swastika-Symbol. Auch wenn die Codes eindeutig rechtsradikal sind, werden sie im Chat augenscheinlich aus Spaß verwendet, einerseits um sich gegenseitig mit immer krasseren Kommentaren zu überbieten und andererseits, um die Zugehörigkeit zur Adlersson-Fangemeinschaft phatisch zu signalisieren.

An einem zweiten Beispiel zeigt sich die zynisch-ambige Haltung Adlerssons noch deutlicher. Um dem verhaltensmäßig-konnektiven Zynismus Adlerssons auf die Schliche zu kommen, muss man sich anderen für seine Szene typischen und ambigen Symbolen und Codes zuwenden, wie z.B. dem phatischen Code ‚8i', der im Textkorpus immerhin 34.252 Mal auftaucht. Adlersson selbst benutzt den Code seit 2014, als dieser auf dem Instagram-Account des Bodybuilders Kong (alias vito8i) vermutlich erstmals verwendet wurde. Die Verwendung dieses Codes in den Kommentarspalten zu den Videos von Adlersson begann etwa zwei Jahre später und erreichte ihren bisherigen Höhepunkt im Jahr 2017. In dieser Zeit wird Adlersson in Kommentaren immer wieder die Frage gestellt, was das Meme „8i" eigentlich bedeute. Adlersson behauptete stets, selbst keine Antwort auf diese Frage zu haben und empfahl, sich doch bitte an Kong selbst zu wenden. Das Interessante an dem Code „8i" ist, dass im Grunde niemand genau sagen kann (oder explizit sagen will), wofür er steht, dieser als sinnloser Witz aber dennoch eine phatische Gemeinschaft konstruiert.

In einschlägigen Diskussionsforen finden sich zahlreiche Erklärungsversuche, die sich wie folgt zusammenfassen lassen: 1.) „8i" ist ein Smiley, 2.) „8i" repräsentiert einen Arm mit einem angespannten Bizeps, 3.) die Buchstabenkombination bedeutet ‚Bruder', abgeleitet vom arabischen Wort akhi bzw. achi (8 = acht + i), was naheliegend wäre, weil Adlersson in seinen Videos das Wort „Bruder" selbst auch regelmäßig verwendet, und 4.) „8i" steht für „Hi" (H = der achte Buchstabe des Alphabets), was dann auch als Kürzel für ‚Hitler' stehen und demnach auch dem rechten Jargon zugeordnet werden könnte. Am 17. Mai 2017 „lüftet" Adlersson schließlich das Geheimnis auf seinem privaten Facebook-Account und behauptet, dass „8i" tatsächlich für „Hitler" stehe. Allerdings meint Adlersson auch diese Feststellung selbstverständlich nicht ernst, seine Aussage

15 Die Daten des Livestreams wurden am 5./6. Dezember 2018 gesammelt und lokal gespeichert. Aus datenschutzrechtlichen Gründen können sie nicht bereitgestellt werden.

ist vielmehr eine metaironische Anspielung auf die beabsichtigte Ambiguität des Codes. Trotz seiner „Klarstellung“ äußert Adlersson sich also auch hier nicht explizit rechts, was ohne den Kontext des vorausgegangenen phatischen Spiels mit dem Code allerdings nicht zu verstehen ist.

In dieser Art von Humor äußert sich der konnektive Zynismus Adlerssons, denn natürlich ist er sich darüber bewusst, dass der phatische Code von gewissen Leuten durchaus auch als „Hitler“ gelesen werden kann und dass in der rechtsextremen Szene aus „8i“ auch schnell „88i“ werden könnte. Dadurch, dass die Bedeutung von „8i“ bewusst in der Schwebe gehalten wird, bedeutet „8i“ also gerade *nicht* Nichts, sondern eben genau das, was jede*r aus seiner*ihrer ideologischen Perspektive darunter verstehen *will*. Damit affirmiert Adlersson mit diesem Witz für jede*n genau die ideologische Haltung, die er oder sie bereits mitbringt. Er erzeugt also durch den ambigen Code „8i“ individuelle kognitive Resonanzen bei den meisten seiner Follower*innen. „8i“ fungiert – in den Worten Ernesto Laclaus (2010: 65–78) – als „leerer Signifikant“, über den Signifikanzketten zu anderen ideologischen Lagern konnektiv hergestellt werden können. Der auf sozialen Medien zur Schau gestellte zynische Humor eignet sich also gerade aufgrund seiner ideologischen Ambiguität sowie seines phatischen Charakters als „Ware“, weil er für breite Kreise anschlussfähig und/oder konsumierbar ist – je nach Nutzer*in entweder als ironisch gemeinter Joke („lol“), als geteilte zynische, „unpolitische“ Haltung oder als rechtsradikaler Code. Dass dieser internettypische ambige Humor inzwischen auch von der Neuen Rechten selbst strategisch eingesetzt wird, hat danah boyd (2018) als die Verwendung von Humor als Waffe („weaponization“) im politischen Diskurs bezeichnet (vgl. dazu auch den Abschnitt zum Zynismus in Kapitel 2).

An diesen Beispielen wird zudem deutlich, dass selbst eindeutig rechts einzuordnende szenetypische Codes und Symbole nicht zwingend aus ideologischer Überzeugung verwendet werden, sondern dass sie vielmehr zum gängigen sprachlichen und symbolischen phatischen Repertoire bestimmter YouTube-Communitys gehören. Diese Feststellung soll dieses Handeln keinesfalls beschönigen oder gar rechtfertigen, sondern ist gerade vor dem Hintergrund, dass die Fan-Community Adlerssons sehr divers ist, vielmehr als Warnung zu verstehen. Denn selbst wenn sich in manchen Fällen „eine jugendliche Form der Provokation und des Rebellierens“ hinter diesem Verhalten verbirgt und „nicht alle, die in den unterschiedlichen /pol/-Foren dieser Welt aktiv sind, zu glühenden Neonazis werden“, ist das Mitmachen bei Trollaktionen kein „harmloser Jugendstreich“ (Schwarz 2020: 165–166). Denn auch wenn diese Codes und Symbole nicht ideologisch und im vollen Bewusstsein um deren wahre

Bedeutung verwendet werden, tragen sie, begünstigt durch die Konnektivität der sozialen Medien, zynischerweise zu ihrer alltagssprachlichen Normalisierung bei.

Konnektivität als Radikalisierungsbeschleuniger

Um zu verstehen, wie das Trollen und das „lustig“ gemeinte Verwenden rechtsextremer Codes aus ihrer milieuspezifischen Spielrahmung gerissen werden, muss man sich der besonderen Konnektivität der Videoplattform YouTube zuwenden. Die Kommunikationswissenschaftlerin Zeynep Tufekci (2018) und der Journalist Paul Lewis (2018a) haben während des US-Wahlkampfs im Jahr 2016 mit ihren Studien belegt, dass der YouTube-Algorithmus so konstruiert ist, dass Nutzer*innen von Kanälen mit gemäßigten politischen Inhalten ohne große Umwege zu radikaleren Kanälen weitergeleitet werden. Tufekci und Lewis zufolge kann der YouTube-Algorithmus insbesondere in stark polarisierten politischen Konstellation wie der vergangenen US-Wahl einen entscheidenden Einfluss auf die politische Meinungsbildung ausüben. Es liegt folglich nahe, dass die Verbreitung von bewusst ambigen oder rechtextremen Codes und Chiffren durch die konnektive „Werkseinstellung“ des YouTube-Algorithmus ebenfalls günstigt wird.

Wie im theoretischen Teil dieses Buches bereits dargelegt, lassen sich für die sozialen Medien verschiedene Formen der Konnektivität unterscheiden (vgl. Kapitel 1). Neben den bereits erwähnten artikulierten und verhaltensmäßigen Konnektivitäten spielt im Falle von YouTube die durch den Plattformalgorithmus erzeugte „algorithmische Konnektivität“ eine entscheidende Rolle. Der von Tufekci und Lewis beschriebene Radikalisierungseffekt des YouTube-Algorithmus muss gar nicht von vornherein intendiert sein, denn das Hauptziel der Plattformarchitektur von YouTube ist eigentlich nur ein kommerzielles. Das Ziel der Plattform ist es bloß, die Nutzer*innen so lange wie möglich innerhalb ihres geschlossenen „Ökosystems“ zu halten. Anreize zum Verweilen auf der Plattform werden durch eine von YouTube vorgeschlagene Liste von ähnlichen Videos (*related videos*) sowie die Autoplay-Funktion gegeben. Diese auf den „aggregierten Sehgewohnheiten“ von Nutzer*innen und „algorithmischen Berechnungen“ basierenden Videovorschläge betrachte ich als die algorithmische Konnektivität (bzw. Affordanz) der Plattform (Arthurs et al. 2018: 10–11), weil sie Nutzer*innen eine verzweigte Auswahl von immer neuen Videos bereitstellt, denen sie durch die automatische Weiterleitung oder per Click folgen können.

Datensammlung und Methode

Der konnektive Zynismus beruht im Falle von Adlersson folglich auf einem Zusammenspiel von a) verhaltensmäßiger Konnektivität, also der phatischen Verwendung bestimmter szenetypischer Codes und Chiffren und funktionaler bzw. „parasprachlicher“ Operatoren, und b) der algorithmischen Konnektivität der Videovorschläge zu seinen Videos. Die Datensammlung für die Analyse dieser Konnektivitäten erfolgte über die sogenannte API (*application programming interface*), über die sämtliche öffentlich verfügbaren Informationen zu Adlerssons Kanälen (AdlerssonPictures und AdlerssonReview) sowie die zweier Protagonisten der Identitären Bewegung (die bereits erwähnten Akteure Malenki und Martin Sellner) gesammelt wurden, um daraus ein durchsuchbares Textkorpus zu kompilieren.[16]

Während es auf diese Weise möglich ist, den Inhalt der einzelnen Kanäle und der zugehörigen Kommentare zu analysieren (vgl. die beiden Beispiele oben), erhält man über die API jedoch nur wenige Informationen darüber, wie Kanäle (oder auch Videos oder Nutzer*innen) zueinander in Beziehung stehen. Die API liefert keine Angaben über die Nutzer*innen, die einen Kanal abonniert haben, oder ihr Verhalten. Allerdings sind es genau diese (durch die Plattform erzeugten) Verbindungen, über die es aus Sicht der algorithmischen Konnektivität mehr zu erfahren gilt. Dazu bedient man sich eines Tricks. Mithilfe eines neutralen Nutzer*innenprofils wird in einem iterativen Prozess simuliert, wie sich der YouTube-Algorithmus im Default-Modus verhält (also ohne dass ein personalisiertes Nutzer*innenverhalten einbezogen wird). Durch die Beobachtung dieses Verhaltens des YouTube-Algorithmus für vorgeschlagene Videos lässt sich zumindest ein indirekter Blick in die „Black Box“ seiner

16 Bei dieser Datensammlung handelt es sich also um eine Momentaufnahme, die nur den zum Zeitpunkt der Datenabfrage aktuellen Stand der Kanäle wiedergeben kann. Die Entwicklung der Kanäle im zeitlichen Verlauf (z.B. die Entwicklung der Abonnent*innenzahlen, gelöschte Videos und Kommentare) lassen sich nur beschränkt rekonstruieren. Für die folgende Auswertung haben wir zwei Datensammlungen zu den YouTube-Kanälen angefertigt: einen zur Zeit der Kontroverse um den Film *Lord of the Toys* im Oktober 2018 und einen weiteren im Februar 2020. Ergänzend wurden daher Daten der Social-Media-Monitoring-Seite Social Blade herangezogen und stichprobenartig Livestreams auf Adlerssons Kanälen und in deren Umfeld verfolgt, sowie die darin stattfindenden Chats aufgezeichnet.

Funktionsweise werfen (vgl. Diakopoulos 2015; Pasquale 2015).[17] Die Ergebnisse dieser Analyse sollen im folgenden Abschnitt vorgestellt werden.

Adlerssons algorithmisch-konnektives YouTube-Umfeld

Einer der beiden am stärksten frequentierten Kanäle von Adlersson ist AdlerssonReview, bei dem es sich um einen Kanal mit sogenannten Unboxing-Videos handelt. Ausprobiert und ausgepackt werden in Adlerssons Videos nicht nur Messer oder Deutschrap-Deluxe-Boxen, sondern auch Geschenkpakete, die ihm von Fans immer wieder unaufgefordert zugesendet werden. Bei seinem zweiten Kanal, AdlerssonPictures, handelt es sich um einen klassischen Vlog, in dem er z.B. Videos von Telefonstreichen, Urlaubsreisen mit seiner Partnerin oder von Partyabenden mit seinen Freund*innen teilt.

	AdlerssonReview	AdlerssonPictures
Videos	649	975
Abonnent*innen	282.873	167.562
Kommentare	307.113	121.367
Kommentator*innen	115.788	34.604

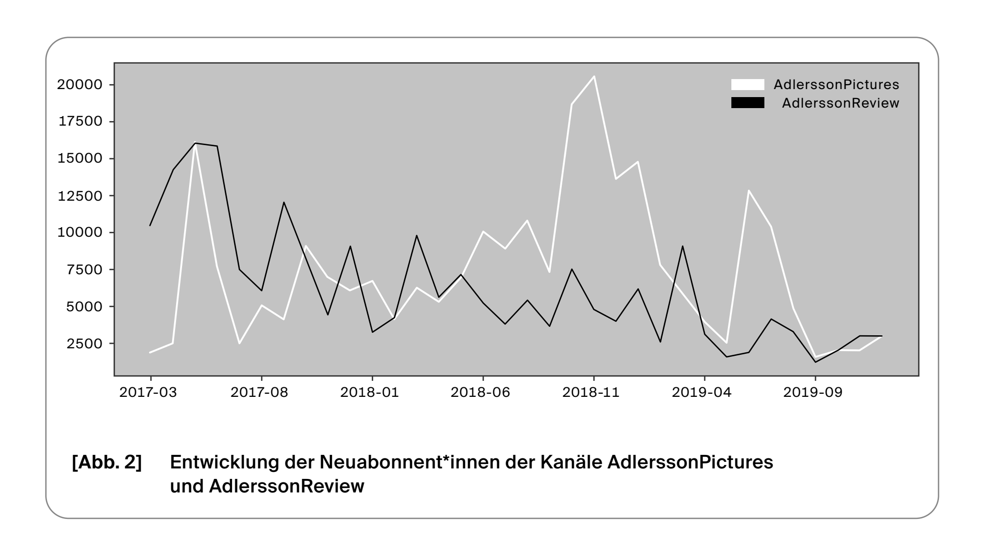
[Tab. 1] Statistiken der Kanäle AdlerssonReview und AdlerssonPictures (Stand: 11.11.2018)

Die in der Tabelle abgebildeten Zahlen zeigen, dass der Kanal AdlerssonReview der populärere der beiden Kanäle gewesen ist, und zwar sowohl hinsichtlich der Zahl der Abonnent*innen als auch der auf dem Kanal aktiven Kommentator*innen. Wie schon angemerkt, ist es aufgrund der fehlenden Abonnent*innendaten nicht möglich nachzuvollziehen, inwieweit sich die Abonnent*innen beider Kanäle überschneiden. Allerdings lässt sich anhand der aktiven Kommentator*innen feststellen, dass von insgesamt rund 144.000 kommentierenden Nut-

17 Wie bei den Daten, die über die API abgefragt werden können, handelt es sich auch hierbei nur um eine Momentaufnahme. Denn die untersuchten algorithmischen Relationen sind nicht stabil und unterliegen einer stetigen Veränderung. So stellte YouTube im Mai 2019 das Related-Channel-Feature ein, was die Nachvollziehbarkeit der algorithmischen Zusammenhänge von YouTube-Kanälen seither weiter erschwert.

zer*innen lediglich knapp 10 Prozent auf beiden Kanälen aktiv sind. Dies legt die Vermutung nahe, dass beide Kanäle ein weitgehend eigenständiges Publikum besitzen.

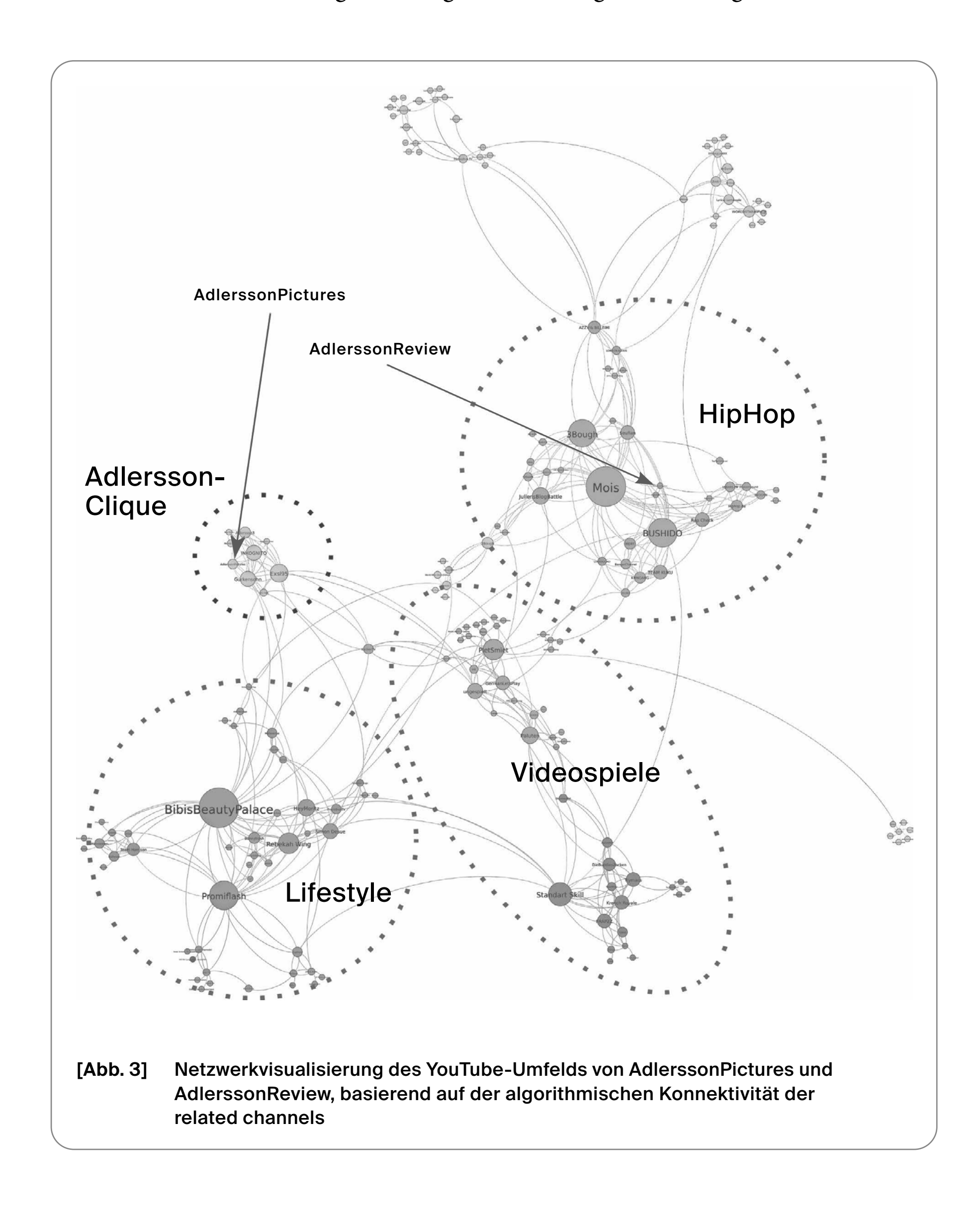
Während AdlerssonReview der Kanal mit der größeren Nutzer*innenzahl ist, wies AdlerssonPictures lange Zeit ein deutlicheres Wachstum an Abonnent*innen auf. Die mediale Aufregung um den Dokumentarfilm *Lord of the Toys* hatte dabei auch Auswirkungen auf den Vlog AdlerssonPictures. In den Monaten nach der Aufführung des Films beim Leipziger DOK-Festival sowie infolge der medialen Berichterstattung nahm die Anzahl der neuen Abonnent*innen stark zu, während bei AdlerssonReview keine derartig deutliche Entwicklung erkennbar war (vgl. Abbildung 2). Diese Entwicklung bestätigt in jedem Fall die oben aufgestellte Hypothese, dass eine Berichterstattung über derartige Phänomene der Monetarisierung von grenzüberschreitendem Content in die Hände spielt.



[Abb. 2] **Entwicklung der Neuabonnent*innen der Kanäle AdlerssonPictures und AdlerssonReview**

Betrachtet man das Umfeld der Kanäle mittels der algorithmischen Konnektivität der *related channels*, so lässt sich erkennen, dass die beiden Kanäle insbesondere mit drei anderen subkulturellen Szenen auf YouTube konnektiv verbunden sind: der Hip-Hop-, der Videospiel- und der Lifestyle-Szene. AdlerssonReview ist auf YouTube am stärksten mit Kanälen aus der deutschsprachigen Hip-Hop-Szene verknüpft, während AdlerssonPictures am engsten mit den Kanälen anderer Influencer*innen verbunden ist, die teils auch zu Adlerssons direktem so-

zialen Umfeld gehören. Diese ausschließlich männlichen Influencer produzieren ebenfalls Vlogs mit einem sehr ähnlichen Content. Diese Gruppe von Influencern lässt sich (im Gegensatz zu AdlerssonReview) keinem subkulturellen Themengebiet zuordnen (z.B. einem Musikgenre oder einem Hobby wie Videospielen), sondern bildet ein eigenständiges Cluster (vgl. Abbildung 3).



[Abb. 3] Netzwerkvisualisierung des YouTube-Umfelds von AdlerssonPictures und AdlerssonReview, basierend auf der algorithmischen Konnektivität der related channels

Diese thematische Einordnung von Adlersson-Kanälen durch den YouTube-Algorithmus lässt sich um die auf den empfohlenen Videos basierende Analyse[18] ergänzen. Die im Kanal AdlerssonPictures empfohlenen Videos kommen primär aus einem bestimmten Teil der zum Zeitpunkt der Analyse populären deutschen Vlogger*innen-Szene: den Kanälen von MontanaBlack, Exsl95, KomaKarsten und Tanzverbot. Deren Kanäle sind zwar unterschiedlich bekannt, erwecken jedoch in thematischer Hinsicht einen homogenen Eindruck. Es handelt sich um junge Männer, zwischen 20 und 30 Jahre alt, die über ihren Lebensalltag berichten und sich auch oft stark aufeinander beziehen (in sogenannten *reaction videos*). Darüber hinaus gibt es eine Reihe weiterer Kanäle (Richtiger Kevin, HARAM GÜRKCHEN, OfficialVideoChamp, DieCrew), die Livestreams und anderen Content dieser YouTuber erneut hochladen.

Im Gegenteil dazu finden sich im Umfeld von AdlerssonReview sehr oft Kanäle, die ebenfalls das Unboxing von Produkten zeigen, insbesondere aus den Bereichen Technik und Mobilfunk (Felixba, China-Gadgets.de, OwnGalaxy, iKnowReview) oder Fashion und Luxusartikel (mih, justin, Jeremy Fragrance Germany). Die meisten dieser Kanäle sind zwar auch „personality-driven" und demografisch gesehen den YouTuber*innen im Umfeld von AdlerssonPictures sehr ähnlich, jedoch nicht (oder weniger stark) auf das Privatleben ihrer Betreiber*innen bezogen. Die thematische Ähnlichkeit (Hip-Hop) ist weniger von Bedeutung als das Genre der Videos (Unboxing bzw. Produktpräsentationen).

Darüber hinaus zeigt ein Vergleich der beiden Kanäle Adlerssons, dass AdlerssonReview algorithmisch viel stärker im deutschen YouTube-Mainstream verankert ist, da die durch den Algorithmus vorgeschlagenen Videos aus einem deutlich diverseren Set an Kanälen stammen.[19] Mit seinen Kanälen ist Adlersson also mehreren jugendkulturellen Kontexten zuzuordnen. Zum einen einem bestimmten sozialen Jugendmilieu, das sich über Vlogs konstituiert, in denen „intime" bzw. „authentische Erfahrungen" vermittelt werden (Arthurs et al. 2018: 8),

18 In unserer Analyse haben wir für die aktuellsten 30 Videos der Kanäle die empfohlenen Videos erfasst. Diese Abfrage wurde pro Video 30-mal wiederholt, da sich die Zusammensetzung der Liste empfohlener Videos von Abfrage zu Abfrage ändern kann. Dadurch lässt sich für jedes *related video* dessen Empfehlungswahrscheinlichkeit errechnen. Aus dieser Liste wurden in einem nächsten Schritt die jeweils 20 am häufigsten empfohlenen Videos als Ausgangspunkt für eine weitere Abfrage auf zweiter Ebene verwendet. Fasst man nun die Videos der gleichen Kanäle zusammen, lässt sich darstellen, mit welcher Wahrscheinlichkeit man von einem Kanal über die Empfehlungen des YouTube-Algorithmus zu einem anderen Kanal gelangt.

19 246 Videos im Falle von AdlerssonReview im Vergleich zu 146 auf AdlerssonPictures.

und das zudem auch stark mit dem Videospiel-Bereich verbunden ist. Zum anderen ist Adlersson mit seinen Unboxing-Videos und -Reviews einer professionalisierten (oder zumindest professionell erscheinenden), konsumorientierten YouTube-Community zuzuordnen.

Algorithmische und verhaltensmäßige Konnektivität zur Neuen Rechten

Die Analyse der empfohlenen Videos des Kanals AdlerssonPictures belegt zudem eine gewisse Nähe zur rechten bzw. verschwörungstheoretischen YouTube-Szene, z.B. die Kanäle NuoViso.TV, klagemauerTV, achse:ostwest und Tell The Truth. Diese Kanäle werden zwar nicht direkt in den empfohlenen Videos von AdlerssonPictures verlinkt, lassen sich aber über den Umweg der Kanäle *Internet Kammerjäger*[20] und *Tobias Meier* in nur wenigen Schritten erreichen. Auch wenn beide Kanäle nur wenige Abonnent*innen haben, erreichen sie durch den Upload von Aufzeichnungen von Adlersson-Livestreams relativ hohe Klickzahlen. Die meistgesehenen Videos wurden jeweils ca. 100.000 Mal angeklickt.[21] Diese Verbindung zu eindeutig neurechten bzw. verschwörungstheoretischen Kanälen bedeutet jedoch nicht, dass ein Besuch dieser an Adlerssons Kanäle angrenzenden Kanäle immer in die neurechte Szene führt. Betrachtet man beispielsweise Videos des Kanals Tobias Meier, finden sich unter den vorgeschlagenen Videos auch Empfehlungen von Kanälen wie Galileo oder Arte.de. Das heißt aber auch, dass Beiträge öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten und neurechter Verschwörungstheoretiker*innen in den sozialen Medien unkuratiert und völlig austauschbar nebeneinander stehen können.

Wenngleich diese direkte algorithmische Verbindung uneindeutig bleibt, zeichnet eine inhaltliche Analyse der Videos auf den Kanälen Internet Kammerjäger und Tobias Meier ein differenzierteres Bild. In einem auf dem Kanal Tobias Meier bereitgestellten Livestream-Video bezieht Adlersson u.a. Stellung zu dem Vorwurf, er würde aktiv Propaganda für die Identitäre Bewegung machen. Während er in diesem Video einerseits verneint, dass die IB aus seinem Verhalten Nutzen ziehen könne, öffnet er in dem Video andererseits für alle

20 Die Videos auf dem Kanal *Internet Kammerjäger* wurden inzwischen entfernt.

21 Der Kanal „Tobias Meier“ enthält nur zwei Videos, jeweils Livestream-Aufzeichnungen von Adlersson. „Internet Kammerjäger“ enthielt neben den Adlersson-Videos auch noch eine Vielzahl an „lustigen“ Clips, die der Kanalbetreiber selbstironisch als „Informationsmüll“ bezeichnete.

sichtbar den Instagram-Account des Leipziger IB-Aktivisten Malenki (alias Alexander Kleine) und fordert die Zuschauer*innen seines Livestreams (laut eigenen Angaben zu diesem Zeitpunkt ca. 4500) unverblümt auf, diesem doch zu folgen (zur IB Leipzig vgl. Ibster Watch 2017; Sommerlich 2019). Adlerssons Wortlaut in dem Video:

> Grüße gehen raus an dieser Stelle, dem könnt ihr auch mal folgen. […] Das ist einer von der Identitären Bewegung, für die, die's nicht interessiert, das ist […] eine neue Bewegung, die durchaus rechts geprägt ist. […] Aber das sind auf jeden Fall keine Nazis oder Ähnliches, auch keine Rechtsextremen und auch keine Gewalttätigen, was weiß ich, das sind Leute, die vielleicht noch irgendwo aufs Hausdach klettern und 'ne Fahne hochhalten mit ihrer Botschaft drauf. […] Ähm ja – jedenfalls mag ich diesen Mann, der ist einfach cool.[22]

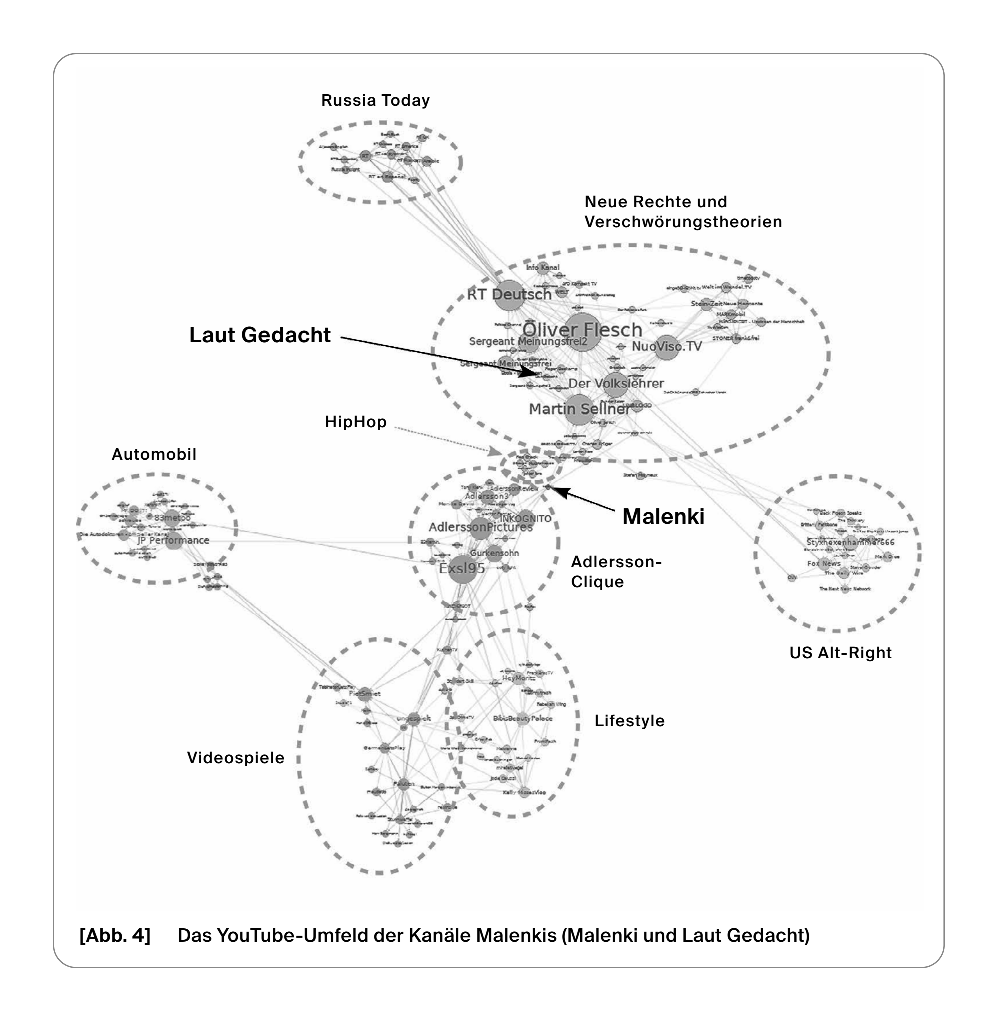
Im Anschluss versucht Adlersson auch den Instagram-Account von Martin Sellner zu zeigen, bis ihm wieder einfällt, dass dessen Account ja inzwischen gesperrt wurde. Indem Adlersson die Identitäre Bewegung in mehreren seiner Videos als völlig unproblematische politische Bewegung fernab nationalsozialistischen bzw. rechtsextremen Gedankenguts bewirbt, übernimmt er im Grunde geflissentlich die auf der taktischen Selbstverleugnung basierende Selbstbeschreibung der IB.

In diesem Zusammenhang ist außerdem aufschlussreich, dass Adlersson und Malenki eine sehr ähnliche Strategie auf den sozialen Medien verfolgen. Auch Malenki ist primär auf zwei Kanälen aktiv, einem „privaten" Vlog und einem professionell produzierten „satirischen" Medienkanal („Laut Gedacht"). Dieser, inzwischen ebenfalls gelöschte Kanal wurde von der Initiative Ein Prozent finanziert, die Volker Weiß als „Netzwerk äußerst rechter Politiker und Aktivisten" beschreibt, die im „Stile einer NGO […] Aktionen gegen die Flüchtlingspolitik der Regierung finanzieren".[23] Nimmt man Malenkis Vlog zum Ausgangspunkt einer Analyse der algorithmischen Konnektivität, wird klar, dass Malenki einerseits Verbindungen zum bereits skizzierten Jugendmilieu um Adlersson und

22 https://www.youtube.com/user/tobias32361 (Zugriff am 12.2.2020).

23 Zum inneren Kreis der Initiative gehören laut Weiß neben „Götz Kubitschek der Journalist Jürgen Elsässer des extrem rechten Compact-Magazins, der ‚eurokritische' Jurist Karl Albrecht Schachtschneider und der AfD-Politiker Hans-Thomas Tillschneider" (Weiß 2017: 24).

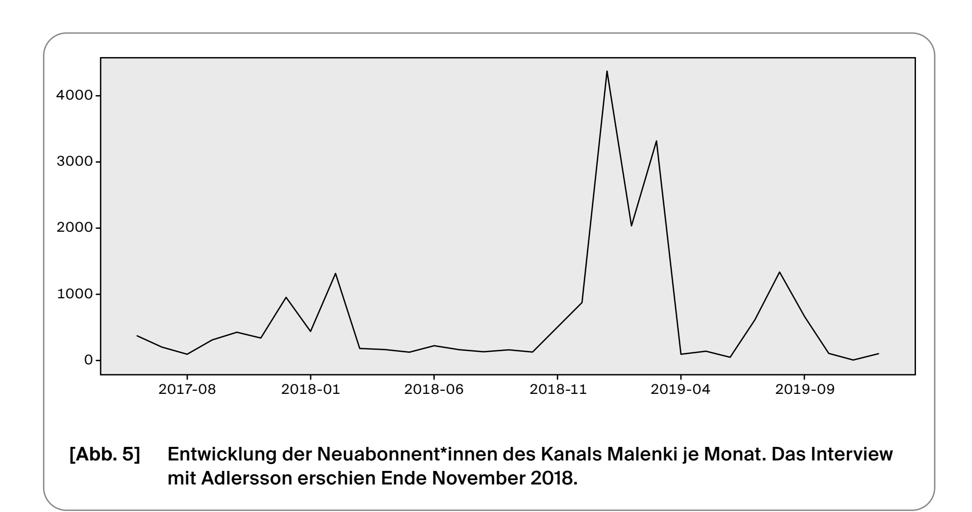
ähnlichen YouTuber*innen aufweist (AdlerssonPictures, Exsel95 und INKOGNITO), man über seine *related channels* aber andererseits auch zu rechtsextremen Kanälen wie dem Martin Sellners oder „Der Volkslehrer" gelangt (vgl. Abbildung 4).



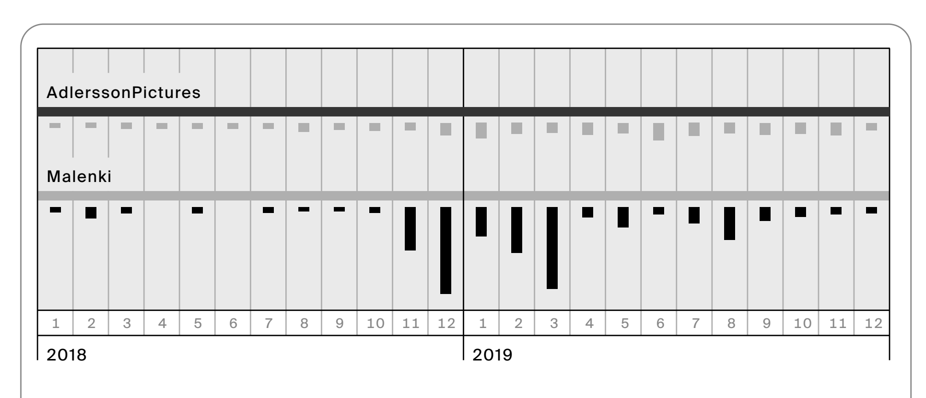
[Abb. 4] Das YouTube-Umfeld der Kanäle Malenkis (Malenki und Laut Gedacht)

Die enge konnektive Verbindung zwischen Adlersson und Malenki zeigt sich nicht nur algorithmisch-konnektiv und lässt sich entsprechend visualisieren, sondern findet ihren Ausdruck auch in der Form von verhaltensmäßig-konnektiven Shoutouts, also dem persönlichen Referenzieren eines befreundeten Kanals

in einem Video. So tätigt Malenki beispielsweise in einem seiner populärsten Videos, in dem er ausgerechnet Martin Sellner in Wien trifft, einen solchen phatischen Shoutout an Adlersson. Shoutouts signalisieren nicht nur phatisch eine persönliche und ideologische Nähe, sondern sind auch als Werbung gedacht. Das gegenseitige Bewerben kann auch durch das Featuren des jeweils anderen in Videos erfolgen. So besucht Malenki nicht nur Sellner in Wien, sondern im November 2018 auch Adlersson in Dresden und führt ein fast einstündiges



[Abb. 5] Entwicklung der Neuabonnent*innen des Kanals Malenki je Monat. Das Interview mit Adlersson erschien Ende November 2018.



[Abb. 6] Nutzer*innenbewegungen zwischen AdlerssonPictures und Malenki. Die Länge der Balken repräsentiert die Anzahl der neugewonnenen Kommentator*innen vom jeweils anderen Kanal.

Videointerview mit ihm, in dem er sich über dessen vermeintlich unpolitische Haltung unterhält, dabei aber wohlgemerkt durchgehend versucht, Adlersson zu eindeutigen (rechten) Positionierungen zu verleiten, worauf dieser jedoch nicht eingeht.[24]

Zusammenfassend kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass die Konnektivität zwischen Adlersson und dem neurechten Spektrum explizit vor allem in Vlogs durch gegenseitiges Featuren und Shoutouts hergestellt wird. Malenki schlägt somit geschickt eine Brücke zwischen der neurechten YouTube-Szene und die Adlersson umgebende jugendkulturelle Community auf YouTube. Umso problematischer ist es, wenn Adlersson Malenki durch seine Shoutouts und gemeinsame Auftritte zu mehr Aufmerksamkeit und Abonnent*innen verhilft (vgl. Abbildung 5). Dies lässt sich auch am Kommentarverhalten der Nutzer*innen ablesen. Insbesondere in den Monaten nach der medialen Berichterstattung über den Dokumentarfilm *Lord of the Toys* begannen Adlerssons Nutzer*innen vermehrt, auch Malenkis Kanal zu frequentieren und dort Kommentare zu hinterlassen (vgl. Abbildung 6).

4.3 Fazit: Zusammenschau der Fallbeispiele

Am Beispiel Adlerssons lässt sich gut belegen, was konnektiver subkultureller Zynismus im Internet bedeutet (ganz im Sinne eines eingangs als „aufgeklärt falsch“ definierten Bewusstseins). Auch wenn kulturellen Zyniker*innen der Unterschied zwischen einer rechten und einer linken Gesinnung klar zu sein scheint, setzen diese sich über diese Unterscheidung zur Wahrung ihrer eigenen kommerziellen Interessen bewusst hinweg, indem sie ihre eigene politische Haltung in der Schwebe halten. Auch Adlersson ist sich völlig im Klaren darüber, dass seine Fanbasis sich aus unterschiedlichen (ideologischen oder sozialen) Milieus zusammensetzt, weshalb er mit seiner ideologisch „freischwebenden“, aber bewusst grenzüberschreitenden Haltung auch niemanden verprellen darf. Andrea Nagle beschreibt die Bedeutung dieser zynischen „Transgression als Stil“, der auch Adlerssons Verhalten auszeichnet, am Beispiel der US-amerikanischen Alt-Right wie folgt:

24 Das Interview mit Adlersson war zwischenzeitlich das mit Abstand populärste Video auf Malenkis YouTube-Kanal.

> Der Aufstieg von Milo [Yiannopoulos], Trump und der Alt-Right ist kein Indiz für eine Rückkehr des Konservatismus, sondern für die absolute Vorherrschaft der Kultur des Nonkonformismus, der Selbstdarstellung, der Transgression und der Respektlosigkeit als Selbstzweck – eine Ästhetik, die jenen nützt, die an nichts außer der Entfaltung des Individuums und des Es glauben, ob sie sich nun links oder rechts verorten. Die prinzipienfreie Idee der Gegenkultur ist nicht verschwunden; sie ist bloß zum neuen Stil der Rechten geworden. (Nagle 2018: 85–86)

Auch Adlersson pflegt diesen Stil der konstanten Grenzüberschreitung, der völlig losgelöst von politischen Idealen zu existieren scheint, wie sie beispielsweise die Gegenkulturen der 1960er oder 1980er Jahre (Beatniks, Punks) noch ausgezeichnet hat. Die Transgression um der Transgression willen ist längst ein fixer Bestandteil einer Internetkultur geworden, die sich auf den sozialen Medien zudem sehr einfach monetarisieren lässt.

Auf seine Weise verkörpert Adlersson die von Nagle beschriebene „Kultur des Nonkonformismus", die sich mit den Mitteln der Grenzüberschreitung selbst als „Gegenkultur" inszeniert. Sowohl Adlersson als auch der Leipziger IB-Influencer Malenki weisen jegliche Kritik an ihrem Handeln als „überzogene Political Correctness" oder „Meinungsverbote" der „Anderen" (der „Linken" oder der „Studenten") zurück, wodurch sie gleichzeitig die kollektive Ingroup-Identität zu stärken verstehen (also die Gruppe der „politisch Inkorrekten", „der Ostdeutschen" oder „der zu Unrecht Beschuldigten"). Von Seiten der Neuen Rechten (hier in Gestalt von Malenki) gelingt es so, sich als Teil einer „authentischen" und „lokalen" Subkultur zu inszenieren, indem konnektiv-zynische Brücken zu zentralen Akteur*innen dieser Subkulturen (hier zum Influencer Adlersson) geschlagen und diese für die eigenen Zwecke vereinnahmt werden.

Adlersson stellt damit ein anschauliches Beispiel für die zynische Ambiguität des Internethumors dar, die sich aufgrund der Affordanz der sozialen Plattformen zu Geld machen lässt, so lange nicht gegen die Regularien der jeweiligen Plattformen verstoßen wird. Das Problem ist, dass Pausenclowns wie Adlersson in der vordigitalen Zeit eben nur eine begrenzte Reichweite hatten – stark eingeschränkt in ihrem Wirkungsbereich durch die Spielrahmung ihres lokalen Milieus. Am Beispiel Adlersson lässt sich allerdings nachverfolgen, wie dieser milieutypische Humor aufgrund der Konnektivität der sozialen Medien die Spielrahmung einer kleinen Gruppe von Jugendlichen verlieren kann. Die Konnektivität löst den Entstehungskontext von Witzen auf, sie dekontextualisiert

den milieuspezifischen Humor. *Konnex tritt an die Stelle von Kontext in den sozialen Medien*, und ein sexistischer oder rassistischer Witz ist ohne die Spielrahmung seines Entstehungskontextes nicht mal mehr bloß ein schlechter Witz, sondern eben nur noch sexistisch oder rassistisch.

Der YouTube-Algorithmus begünstigt zudem die Entstehung von Verbindungen aus dem Feld der Ambiguität der Kanäle Adlerssons in eindeutig rechtsextreme Milieus. Unsere Analyse konnte die These vom Radikalisierungsbeschleuniger YouTube sehr klar belegen (zumindest zum Zeitpunkt unserer Datensammlung), denn der Vorschlag-Algorithmus von YouTube führt seine Nutzer*innen auch im Fall von Adlersson potenziell zu immer radikaleren neurechten Inhalten. Unsere Analyse zeigt also, wie wichtig es ist, sich nicht nur mit den radikalen Extremen in einer Gesellschaft auseinanderzusetzen, sondern gerade auch mit diesem Feld der Ambiguität, also dem Raum der Zwischentöne. Denn hier setzt die rechte Radikalisierung der gesellschaftlichen Mitte an – und nicht an ihren radikalen Rändern. Dies geschieht mit bewusst ambigen Aussagen oder mit grenzüberschreitenden Witzen, mit dem Erzeugen eines phatischen Gemeinschaftsgefühls, und eben nicht mit rechtsradikalen Slogans, die auf die gesellschaftliche Mitte eher abstoßend wirken (vgl. dazu auch das Resümee am Anfang des folgenden Schlussteils).

Es ist nicht verwunderlich, dass die Neue Rechte die Konnektivität der sozialen Medien und die Subkultur der Zwischentöne strategisch am erfolgreichsten auszunutzen weiß, weil sie ihre metapolitischen Aktivitäten bereits in den 1980er Jahren auf das dem „Politischen vorgelagerte Feld des Kulturellen" verlagert hat (Weiß 2017: 54). Dazu gehört heutzutage zum einen die geschickte Nutzung der sozialen Medien, wie das Beispiel der Konnektivität zwischen Adlersson und den beiden IB-Akteuren Sellner und Malenki gezeigt hat. Zum anderen ist das die absichtliche ambige Verwendung von kryptofaschistischen Chiffren wie „Japan" oder „Mishima" durch Sellner oder die AfD, um eine menschenverachtende und frauenfeindliche politische Agenda zu verschleiern und anschlussfähig zu machen. Letztlich tragen beide Ausprägungen des konnektiven Zynismus, der kulturelle und der politische (bzw. metapolitische), zur Normalisierung grenzüberschreitender und radikaler Positionen bei. Beide Fallbeispiele haben gezeigt, dass begünstigt durch die Konnektivität des Internets der kulturelle und der politische Zynismus bereits untrennbar miteinander verwoben sind.

„Wenn es nichts anderes zu erreichen gibt als Aufmerksamkeit, tendieren Menschen dazu, zu Arschlöchern zu werden, weil das größte Arschloch die meiste Aufmerksamkeit bekommt."

Jaron Lanier, *Zehn Gründe, warum du deine Social Media Accounts sofort löschen musst*

Schluss

Die Ausgangshypothese dieses Buches lautete, dass eine symbiotische Verbindung zwischen der konnektiven Affordanz der sozialen Medien und dem Zynismus unserer Zeit besteht, dass der Zynismus der Default-Modus der sozialen Medien ist, weil deren Algorithmen der aufmerksamkeitsheischenden Grenzüberschreitung stets den Vorzug geben. Wir haben es zudem nicht nur mit einem politischen, sondern auch mit einem kulturellen Zynismus zu tun. Ein kultureller Zynismus, der sich auf den sozialen Medien vor allem in einem bewusst grenzüberschreitenden und hochgradig zynischen Humor zeigt (*edgy humor*) und der seinen Ursprung in bestimmten Internetforen und Communitys hat. Für die Mitglieder dieser Communitys, die sich anfangs auf Text- und Imageboards wie 2chan/4chan oder später auch auf Gamingplattformen wie Discord formiert haben, ist das Verbreiten von rassistischen, antisemitischen und misogynen Witzen oder von Fake News und Verschwörungsnarrativen Teil eines szenetypischen Spiels. Sehr deutlich hat sich dies am Beispiel der Adlersson-Fancommunity gezeigt (vgl. Kapitel 4).

Gemeinsam haben der politische und der kulturelle Zynismus, dass sich beide gegen eine als bevormundend empfundene Sexual- und Identitätspolitik, gegen die LGBTQ+-Bewegung sowie den Feminismus und einen vermeintlich gescheiterten Multikulturalismus richten. Andrea Nagle (2018) hat diesen groß angelegten Angriff auf die Identitätspolitik und den Feminismus im Internet als wichtigen Grund für den Aufstieg der Alt-Right in den USA beschrieben. Denn die Alt-Right habe mit ihrer „metapolitischen" Strategie den Achtundsechziger-Stil der ironischen Transgression und Gegenkultur mit großem Erfolg „zweckentfremdet". Das zynische Spiel mit Ironie und bewusster Transgression beherrschen längst nicht mehr nur rechte Influencer*innen und Internettrolle, sondern auch rechtspopulistische Politiker*innen.

Trotz unterschiedlicher Interessen haben der politische und der kulturelle Zynismus somit die gleiche Stoßrichtung. Beide Zynismen richten sich, entweder ganz bewusst strategisch oder aus reiner Schadenfreude (*just for the lulz*), gegen bestehende demokratische und pluralistische Wertvorstellungen und Diskursgrenzen. Aus dieser gemeinsamen Stoßrichtung begründet sich auch ihr brandgefährliches Potenzial, denn kultureller und politischer Zynismus haben sich auf den sozialen Medien konnektiv verbunden und können sich so gegenseitig verstärken. Um dieses komplexe Geflecht kultureller, politischer

und sozio-medialer Entwicklungen zu verstehen, habe ich mich mit den technologischen und den ideologisch-praktischen Momenten des „konnektiven Zynismus“ befasst.

Spiel und Zynismus zeichnen sich durch ihre praktische und ideologische Ambiguität aus. Internethumor und Rechtspopulismus „spielen“ – aus Spaß oder ganz gezielt strategisch – mit Ambivalenzen. Im Falle des grenzüberschreitenden Internethumors zeigt sich die zynische und spielerische Ambiguität darin, dass die Verbreitung immer krasserer Witze oder Memes auf dem spielerischen Moment des Wettstreits (Agon) beruht, bei dem es darum geht, sich im Überschreiten von Diskursschranken gegenseitig zu überbieten. Gerade dadurch, dass der zynische Humor eben nicht explizit rechtsradikal oder rechtsextremistisch ist, sondern sich als Ironie ausgibt und so die eigene Haltung ganz bewusst in der Schwebe gehalten wird, kann er seine enorme Reichweite entfalten. Das ist in doppelter Hinsicht zynisch, weil einerseits hemmungslos und ganz bewusst die Aufmerksamkeitsökonomie bedient wird und anderseits die Normalisierung radikaler und grenzüberschreitender Standpunkte wissentlich in Kauf genommen wird. Der seit langer Zeit unterhalb des Radars von Journalismus und Politik stattfindende, gegen das politische, kulturelle und wissenschaftliche Establishment gerichtete „Kulturkampf“ auf anonymen Internetforen wie 2chan/8chan oder reddit kann als Inkubator für den Erfolg von Rechtspopulist*innen wie Trump oder der AfD gesehen werden. Der kulturelle Zynismus im Internet trägt damit genauso zur Aushöhlung und Destabilisierung demokratischer Werte und Institutionen bei wie die Neue Rechte oder der Rechtspopulismus. Dass ein gewisses Spektrum der Politik den konnektiven Zynismus genauso gut beherrscht wie rechte Trolle oder YouTube-Influencer*innen, haben wir am phatischen Gebrauch von kryptofaschistischen Chiffren und Codes in der metapolitischen Strategie der Neuen Rechten und der AfD beobachten können.

Die technologische Affordanz der phatischen Konnektivität begünstigt die Popularisierung des kulturellen und politischen Zynismus. Zum einen lässt sich die phatische Konnektivität politstrategisch einsetzen, und zwar ganz besonders effektiv im Falle der auf sprachliche und sachliche Vereinfachungen abzielenden metapolitischen Diskursstrategie. Denn neben der quantitativen Strategie einer möglichst häufigen Wiederholung bestimmter pejorativer Begriffe und Beschimpfungen, die sich sehr einfach über das massenhafte Teilen oder Retweeten erreichen lässt, besteht eine weitere diskursstrategische Taktik darin, den politischen Gegner allein durch die Verwendung bestimmter Begriffe und Hashtags in ein gewollt negatives Licht zu rücken. Die inzwischen landläufige Bezeichnung „Frau Merkel“ (anstatt „Bundeskanzlerin Merkel“) ist ein gutes Beispiel für die

gelungene diskursive Normalisierung einer abwertenden Bezeichnung, durch die nicht nur die ehemalige Kanzlerin selbst, sondern auch das Amt als solches herabgewürdigt wird.

Nur durch die Betrachtung des Zusammenspiels von Zynismus und phatischer Konnektivität lässt sich nachvollziehen, wie im digitalen Zeitalter hart erkämpfte Normen und Werte des kulturellen und politischen Miteinanders in kürzester Zeit auf breitester Front destabilisiert werden konnten. Rechtspopulistische Parteien setzen den konnektiven Zynismus strategisch als Instrument im Wahlkampf und zur Mobilisierung auf den sozialen Medien ein, während eine zynische Haltung in Onlinecommunitys „nur“ als Spaß verstanden und durch Influencer*innen monetarisiert wird. Beides hat zur Destabilisierung von Institutionen und Normen und Werten beigetragen, die mit einer Verrohung des politischen Diskurses einhergeht und im allerschlimmsten Fall in rechten Terror mündet.

Ich habe den zeitgenössischen kulturellen und politischen Zynismus als „aufgeklärt falsches Bewusstsein“ (Peter Sloterdijk, Slavoj Žižek) definiert. Zyniker*innen in diesem Sinne sind Menschen, die eigentlich sehr genau wissen, dass sich rassistische oder misogyne Aussagen im Grunde durch nichts legitimieren lassen. Dennoch setzen kulturelle und politische Zyniker*innen sie zu strategischen oder kommerziellen Zwecken ganz bewusst ein. Zynisch ist dabei nicht nur diese Haltung selbst, sondern auch die Taktik der Selbstverleugnung, durch die grenzüberschreitende Behauptungen oder Witze entweder nachträglich oder prophylaktisch relativiert werden. Der konnektive Zynismus findet in einem ambigen Feld der sprachlichen Unschärfe und ironischen Zwischentöne statt. Rechtspopulistische Politiker*innen und Influencer*innen sind in ihren Aussagen niemals *zu* radikal, aber dennoch immer radikal *genug*, um mit etablierten Normen und Werten zu brechen. Durch die bewusste Ambiguität ihrer Aussagen können sie auf eine breite Anschlussfähigkeit hoffen, entweder um möglichst viele Follower*innen hinzuzugewinnen oder um die politische Mitte für radikalere Positionen zu gewinnen.

Die verheerenden Folgen dieser zynischen Ambiguität lassen sich längst in der Mitte der Gesellschaft beobachten. Im Juni 2021 hat der Verfassungsschutz des Landes Nordrhein-Westfalen seinen *Sonderbericht zu Verschwörungsmythen und „Corona-Leugnern“* veröffentlicht.[1] Darin wird ein drastischer Anstieg von

1 Abrufbar unter: https://www.im.nrw/system/files/media/document/file/Sonderbericht_2021_Verschwoerungsmythen_und_Corona-Leugner.pdf (Zugriff am 16.11.2022).

politisch motivierten Straftaten im Jahr 2020 vermeldet, die sich keiner Ideologie eindeutig zuordnen lassen. Diese Straftaten sind also nicht eindeutig rechts- oder linksextremistisch oder religiös motiviert. Das ist aus Sicht des NRW-Innenministers Herbert Reul (CDU) „extrem beunruhigend", weil sie „keine konkrete Motivation haben, sondern einfach gegen ‚den Staat', gegen ‚die Medien' oder gegen ‚die Politiker'" gerichtet seien (so zit. in Burger 2021). Das zeige, dass der Extremismus immer häufiger „Anschluss" in der Mitte der Gesellschaft finde. Diese Tendenz bestätigt auch die im gleichen Monat veröffentlichte *Mitte-Studie* der Friedrich-Ebert-Stiftung (Zick/Küpper 2021). Laut dieser repräsentativen Umfrage sei der Anteil der Befragten, die rechtsextreme Positionen teilen, im Vergleich zur vorausgegangenen *Mitte-Studie* zwar geschrumpft und betrage nur noch 8,9 Prozent (im Vergleich zu 12,1 Prozent). Gleichzeitig sei jedoch das Anwachsen einer gefährlichen ideologischen Grauzone zu beobachten, denn ein immer größerer Anteil der Befragten gäbe „teils teils" als Antwort bei Fragen zur ideologischen Einstellung an. Das heißt, sie stimmen rechtsextremen, antisemitischen oder rassistischen Einstellungen zwar nicht zu, lehnen diese aber auch nicht eindeutig ab. Das Anwachsen dieser ideologisch ambigen Grauzone stellt ein erhebliches politisches und kulturelles Problem dar, weil es stark antiaufklärerische Züge trägt.

Woher kommt der Hass?

Eine sehr grundlegende Frage lautet, woher der zynische Hass auf Andere und Andersdenkende, auf Minderheiten, die Gleichberechtigung und Anerkennung einfordern, eigentlich kommt, und warum diese destruktive Aggressivität gerade auf den sozialen Medien so verbreitet ist. Antworten finden sich im Werk Erich Fromms, insbesondere in seinem Buch *Anatomie der menschlichen Destruktivität*, in dem sich Fromm (1977) aus sozialpsychologischer und philosophischer Perspektive mit den Ursachen und dem Wesen der menschlichen Aggression befasst.[2] Fromm ist in seinem Denken vom Anspruch geleitet, sich von biologistischen Ansätzen zu verabschieden, die die Ursache der menschlichen Destruktivität in den Genen, also einem weitervererbten Instinkt sehen. Triebe und Instinkte, die es beim Menschen selbstverständlich auch gebe, stehen für Fromm neben dem „Charakter", der „zweiten Natur" des Menschen (Fromm 1977: 21). Während der

2 Ich danke Toshiaki Kobayashi für diesen wertvollen Hinweis.

Instinkt eine „rein natürliche Kategorie" sei, seien die „im Charakter verwurzelten Leidenschaften eine soziobiologische, historische Kategorie" (Fromm 1977: 24). Der Charakter sei in diesem Sinne „ein relativ permanentes System aller nicht-instinktiven Triebe […], durch die der Mensch sich mit der menschlichen und der natürlichen Welt in Beziehung setzt" (Fromm 1977: 255). Anders als das Tier verhält sich der Mensch also nicht nur „natürlich" zu seiner Umgebung, sondern ist vor allem geprägt durch seinen sozialisierten Charakter. Auf die Isoliertheit, Machtlosigkeit und Verlorenheit, der der moderne Mensch durch sein „unnatürliches" Verhältnis zur Natur und zu anderen Mitmenschen ausgesetzt sei, reagiere er mit einem „existenziellen Bedürfnis" nach Liebe, Zärtlichkeit, einem Streben nach Gerechtigkeit, Unabhängigkeit und Wahrheit, aber leider auch mit Hass, Sadismus, Masochismus, Destruktivität und Narzissmus, die ebenso tief im menschlichen Charakter verwurzelt seien (Fromm 1977: 254).

Im Umkehrschluss heißt das, dass die Aggressivität, die uns heutzutage im Internet begegnet, nicht natürlich, sondern sozialisiert und antrainiert ist, und gerade deshalb auch nicht als selbstverständlich betrachtet werden darf. Für Fromm sind biologistische Ansätze, die die Aggressivität der Menschen mit genetisch vererbten Trieben oder Instinkten begründen, Ideologien, die uns daran hindern, dass wir „die Augen aufmachen und erkennen, daß die von uns selbst verschuldeten sozialen, politischen und ökonomischen Umstände daran schuld sind" (Fromm 1977: 33). Anders als die instinktive, die „gutartig-defensive" Aggression, die „lebenserhaltend" und biologisch notwendig sei (Fromm 1977: 121), weil sie der Verteidigung dient, sei die charakterliche „bösartig-destruktive" Aggression bloß ein „erlerntes Verhaltensmodell", das eigentlich „ausrottbar" wäre, sobald „neue Modelle eingeführt" würden (Fromm 1977: 210). Fromm kommt zu dem Schluss, dass die bösartige Aggression reiner „Selbstzweck" sei und nur einem Ziel diene, „das in sich selbst wünschenswert und lustvoll ist" (Fromm 1977: 121). Neben den genannten politischen und kommerziellen Interessen, die sich hinter dem konnektiven Zynismus verbergen, ist es auf subjektiver Ebene das „intensive Gefühl der Befriedigung" (Fromm 1977: 208), das mit der Destruktivität und Grausamkeit gegenüber anderen Menschen einhergeht. Das erklärt auch, warum der Zynismus als „aggressives Mittel der Selbstbehauptung" verstanden werden kann (Niehues-Pröbsting 1988: 223). Besonders aufschlussreich ist die Lektüre Fromms, weil sie auch zum Verständnis der technologischen Dimension des Hasses und des konnektiven Zynismus beitragen kann.

Soziale Medien und sadistisch-kybernetische Charakterstruktur

Den lustvollen Selbstzweck der bösartigen Destruktivität bezeichnet Fromm als „sadistisch". Sadismus sei die Leidenschaft, „absolute und uneingeschränkte Herrschaft über ein lebendes Wesen auszuüben" (Fromm 1977: 326). In den sozialen Medien lässt sich diese absolute Allmacht vor allem dadurch ausleben, dass die Urheber*innen von Hass- und Hetzbotschaften anonym bleiben können, wohingegen die Opfer – insbesondere wenn sie Personen der Öffentlichkeit sind – namentlich bekannt sind (vgl. das Beispiel der Politikerin Renate Künast in Kapitel 3 zur Bedeutung dieser Asymmetrie). Diese Möglichkeit schaffe „die Illusion, die Grenzen der menschlichen Existenz zu überschreiten", was besonders reizvoll sei für diejenigen, denen im wirklichen Leben „Schöpferkraft und Freude abgehen" (Fromm 1977: 327). So gesehen gehört auch die Möglichkeit, auf den sozialen Medien absolute Allmacht zu erfahren, zur Affordanz der Plattformen.

Dazu passt die These Fromms, dass die in der „technotronischen Gesellschaft" beim Menschen aufkommende Langeweile für dessen Aggression und Destruktivität mitverantwortlich sei. Denn in einer von Technologien durchsetzten „kybernetischen Gesellschaft" gehe zusehends die Fähigkeit verloren, produktiv auf „aktivierende Stimuli" zu reagieren. An deren Stelle trete die „stets wechselnde einfache – nicht aktivierende – Stimulation" (Fromm 1977: 274–275). Dieser Effekt einer andauernden und stupiden Stimulation des Menschen in einem kybernetischen System – nichts anderes sind die sozialen Medien mit ihrer geschlossenen Plattformarchitektur im Grunde – verdeutlicht, was die phatischen Praktiken der Wiederholung und Transgression bei diesen bewirken, nämlich Aggression oder die immer geringere Fähigkeit auf Stimuli kreativ zu reagieren (vgl. Kapitel 3).

In der technotronischen Moderne habe der Mensch daher einen „kybernetischen Charakter" entwickelt, der sich durch ein „ausschließliche(s) Interesse an allem, was rein mechanisch ist" auszeichne (Fromm 1977: 373). Im Falle des konnektiven Zynismus begegnet uns diese „Cyborgisierung" des Menschen als die habitualisierte Gewöhnung an die phatische Kommunikation, also das „mechanische" Klicken von Like-Buttons, das gedankenlose Weiterleiten von Posts oder Memes und das stark impulsgesteuerte Verfassen von Kommentaren. Im Internet handelt der kybernetische Mensch „monozerebral", er braucht seine Vernunft nicht als Kombination von Denken und Fühlen, sondern nur als „manipulierende Intelligenz" (Fromm 1977: 402). In der kybernetischen Gesellschaft unterschieden sich die Menschen daher „selbst kaum noch von einem Roboter" (Fromm 1977: 394).

Diese Cyborgisierung der Menschen liegt im Interesse der sozialen Plattformen, weil eine stark eingeschränkte konnektive und phatische Kommunikation für deren Algorithmen viel leichter zu analysieren und vorherzusehen ist. Man könnte behaupten, dass vorwiegend phatisch kommunizierende Menschen sich selbst wie Bots verhalten. Bei Bots handelt es sich um Cluster von automatisierten Fake Accounts, die zur Meinungsmanipulation auf den sozialen Medien eingesetzt werden (vgl. dazu Schäfer et al. 2017: 303–304). Dafür reicht es, dass sie die phatische Konnektivität des Likens und Weiterleitens imitieren können. Das Verhalten der Bots muss mit anderen Worten gerade mal so „klug" sein, wie sich die menschlichen Nutzer*innen in der eingeschränkten phatischen Kommunikationsumgebung der sozialen Medien einfältig verhalten, um deren Verhalten einigermaßen überzeugend zu imitieren.

Menschen mit einer sadistisch-kybernetischen Charakterstruktur, fügt Fromm (1977: 329) hinzu, entwickelten eine besonders große Angst vor dem Unbekannten: Sie seien xenophobisch und neophobisch. Das lässt sich auf den sozialen Medien ganz offensichtlich beobachten. Aufgrund der mangelnden Fähigkeit, auf aktivierende Stimuli positiv und kreativ zu reagieren, und aufgrund der Gewöhnung an eine stark vereinfachte phatische Kommunikation können die Menschen auf das Fremde und Ungewohnte nicht mehr mit einer „spontanen", „lebendigen" und „*nicht* routinemäßigen" Reaktion antworten. In einer durch Algorithmen individuell vorgefilterten und durch phatische Konnektivitäten verengten Kommunikationsumgebung bedeutet das Neue und Unerwartete also vor allem Stress, der nicht selten in Angst und ein Gefühl von Bedrohung umschlägt (vgl. dazu auch Strick 2021: 118–119, 131).

Wenn es sich bei der sadistisch-kybernetischen Charakterstruktur bloß um ein „erlerntes Verhaltensmodell" handelt (Fromm 1977: 33), müsste sich dieses erlernte Modell durch Bildung und Erziehung im Grunde auch wieder überschreiben lassen. Die Art von Bildung, die in dieser Diskussion immer wieder ins Feld geführt wird, ist die der Medienkompetenz oder *media literacy*. Damit ist die Fähigkeit gemeint, Medien sachkundig und kritisch zu nutzen. Das ist sicherlich kein falscher Ansatz, er übersieht aber, dass nicht nur eine unzureichende Bildung an der Entstehung eines sadistisch-destruktiven Charakters in der Gesellschaft beteiligt ist, sondern „die von uns selbst verschuldeten sozialen, politischen und ökonomischen Umstände" insgesamt (Fromm 1977: 33). Die Medienaktivistin danah boyd formuliert das Problem der Medienkompetenz wie folgt:

> This is not to say that we shouldn't try to educate people. Or that producing critical thinkers is inherently a bad thing. I don't want a

> world full of sheeple. But I also don't want to naively assume what media literacy could do in responding to a culture war that is already underway. I want us to grapple with reality, not just the ideals that we imagine we could maybe one day build. (boyd 2018)

Das Hauptproblem ist nämlich, dass wir es längst mit einer Gruppe von profitorientierten und/oder subkulturellen und politischen Akteur*innen zu tun haben, die in den vergangenen zwei Dekaden gelernt haben, wie sie die konnektive Affordanz der Plattformen und die Beschränktheit der phatischen Kommunikation für ihre eigenen kommerziellen oder politischen Interessen perfekt ausnutzen können. Sie verstehen, wie die Aufmerksamkeitsökonomie zu „hacken" ist (boyd 2017), und wissen sehr genau, wie sich Content im fortdauernden „Kulturkampf" auf den sozialen Medien propagandistisch und asymmetrisch als „Waffe" einsetzen lässt.

Angesichts der Tragweite dieses Problems fragt man sich, ob Historiker*innen die sozialen Medien in 100 Jahren vielleicht zu den großen technologischen Irrtümern der Menschheitsgeschichte zählen werden. Sicherlich haben die sozialen Medien zwar auch Gutes bewirkt. Sie haben vermutlich vielen soziophob veranlagten Menschen dabei geholfen, sich aus ihrer unfreiwilligen sozialen Isolation zu befreien. Sicherlich haben die sozialen Medien auch mittelbar zu politischen Umwälzungen in manchen Weltregionen beigetragen oder neue spannende kulturelle Prozesse in Gang gesetzt. Insgesamt scheinen die negativen Effekte der sozialen Medien jedoch zu überwiegen. Und wir befinden uns längst in einem technologischen Dilemma, das der Informatiker Jaron Lanier (2010) als „Locked-in-Problem" bezeichnet hat. Damit ist gemeint, dass es nahezu unmöglich ist, ein technisches System abzuschaffen oder zu reformieren, wenn es erstmal eine gewisse Größe und Verbreitung erreicht hat. Aufrufe, die sozialen Medien durch die Löschung der eigenen Social-Media-Accounts zu boykottieren erscheinen da wie ein ins Leere verhallender Hilferuf (Stichwort: #DeleteFacebook; vgl. Lanier 2018).

Da der konnektive Zynismus zwei sich gegenseitig bedingende und wechselseitig verstärkende technologische und ideologisch-praktische Momente hat, müssen auch wirksame Gegenmaßnahmen von beiden Seiten ansetzen. Da bereits Vorschläge zur juristischen Reform oder dem journalistischen Umgang mit den sozialen Medien vorliegen (vgl. exemplarisch die Schlusskapitel von Ebner 2019a; Nocun/Lamberty 2020; Schwarz 2020), beschränke ich mich abschließend auf *zivilgesellschaftliche* Gegenstrategien. Die Besonderheit der beiden im Folgenden vorgestellten Gegenstrategien besteht darin, dass sie wie der konnek-

tive Zynismus die besondere technologisch-ideologische Affordanz der sozialen Medien geschickt ausnutzen. Es handelt sich dabei um eine zivilgesellschaftlich-politische Praxis, die sich als „konnektive Satire“ bezeichnen lässt.

Gegenstrategien: Konnektive Satire

Im zweiten Kapitel wurde der Begriff des Zynismus dem des „Kynismus“ gegenübergestellt. Anders als der Zynismus ist der Kynismus kein „aggressives Mittel der Selbstbehauptung“ (Niehues-Pröbsting 1988: 223), sondern eine intellektuelle Selbstbehauptung, die sich mit aufklärerischer Schlagfertigkeit Gehör verschafft. Stilmittel ist die Ironie, insbesondere Parodie und Satire. Satire basiert auf zwei „strukturellen Paradoxien“, die sie aushalten und austarieren können muss, um nicht selbst dem Zynismus zu verfallen. Erstens ist sie naturgemäß sowohl ernst als auch unernst, zweitens fühlt sie sich einerseits „ethisch dem gesellschaftlichen Wandel“ verpflichtet, verwendet aber andererseits Formen der „symbolischen Gewalt“, indem sie Andere „verspottet und kunstvoll beleidigt“ (Caron 2021: 22). Eine gelungene aufklärerische Satire muss diese Paradoxien in der Balance halten und durch eine Kombination aus „Ironie und Ernsthaftigkeit eine hybride Struktur von Affekten erschaffen“ (Caron 2021: 23). Satire besitzt dann „die Fähigkeit, soziale Verachtung oder eine vernichtende Anschuldigung mit *spielerischen* Mitteln hervorzubringen“. Dadurch transformiert sie „den aggressiven Akt der Verhöhnung in den sozial verträglicheren Akt, etwas lächerlich zu machen“ (Gray et al. 2020: 13). Die größte Gefahr besteht nun darin, dass auch die Gegenstrategie der konnektiven Satire in aggressive Destruktivität umschlägt. Deshalb dürfen Andere zwar satirisch verspottet werden, aber dabei muss ein klarer Unterschied gemacht werden „zwischen jemandem, der nach unten tritt, und jemandem, der nach oben tritt“ (Greene 2019: 45). D.h. es darf verspottet und ausgelacht werden, solange es sich nicht um ein privilegiertes Lachen über Andere handelt, das sich im schlimmsten Fall auch noch monetarisieren oder politisch instrumentalisieren lässt.

Anders als satirische TV-Shows (z.B. Stephen Colbert oder Trevor Noah) beschränken sich die in diesem Schlusskapitel vorgestellten netzaktivistischen (oder „satiraktivistischen“; vgl. Caron 2021: 6) Gegenstrategien nicht auf den Einsatz von inhaltlichen satirischen oder parodistischen Stilmitteln, sondern nutzen auch die besondere Affordanz der Konnektivität. Sie verfolgen das Ziel, das ambige Feld des Humors und der Mehrdeutigkeiten auf den sozialen Medien nicht dem konnektiven Zynismus zu überlassen. Um in den sozialen Medien effektiv

aktivistisch agieren zu können, sollte man genau wissen, wie Algorithmen in unterschiedlichen Umgebungen funktionieren (vgl. Varis/Hou 2019: 231). Momentan sind die Neue Rechte und Rechtspopulist*innen hier klar im Vorteil, weil sie die technologischen Bedingungen und die kulturellen Gepflogenheiten der sozialen Medien strategisch sehr geschickt auszunutzen wissen. Die im Folgenden vorgestellten Gegenstrategien sind gerade deshalb so effektiv, weil auch sie Konnektivität und Humor kombinieren, indem sie Menschen vernetzen und durch gamifizierte und satirische Anreize mobilisieren können (vgl. dazu auch Jahrmann 2018).

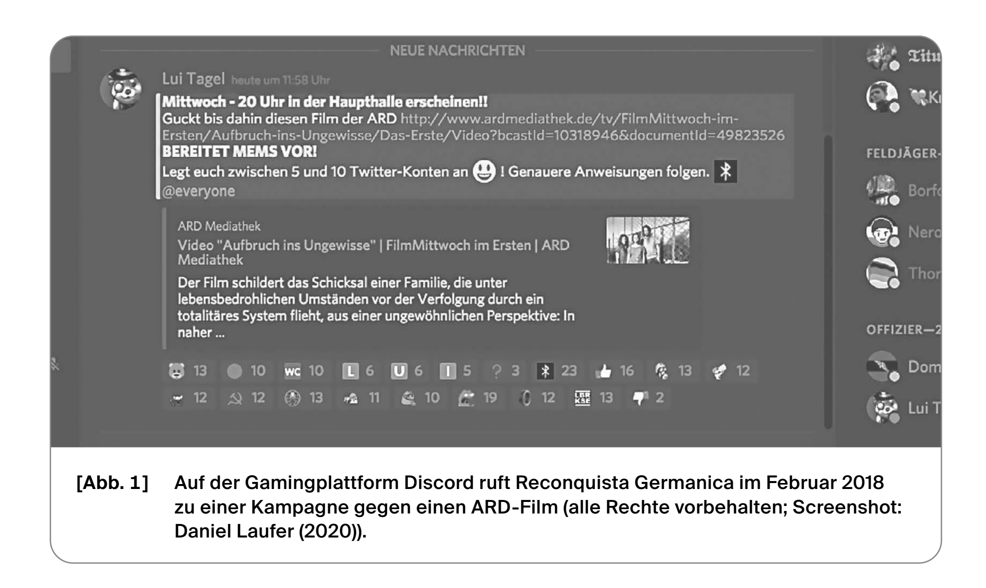
In der Bewegungsforschung werden diese Gegenstrategien als „konnektives Handeln“ (*connective action*) bezeichnet, das sich vom „kollektiven“ Handeln (*collective action)* klassischer sozialer Bewegungen durch eine gezielte Nutzung digitaler und sozialer Medien unterscheidet. Anders als kollektive Handlungsnetzwerke weisen konnektive Handlungsnetzwerke einen geringeren Organisationsgrad auf und beziehen sich auch nicht auf eine ideologische Kollektividentität. An die Stelle starrer ideologischer kollektiver Handlungsrahmungen (*collective action frames*) treten kleinteiligere und niedrigschwellige identitätsstiftende Narrative (Bennett/Segerberg 2013), die sich nicht selten auf ein einziges Thema (*single issue*) beziehen. Im Folgenden werden zwei Beispiele aus Deutschland und Japan für zwei unterschiedliche Formen der konnektiven Satire als effektive Gegenstrategie zum konnektiven Zynismus vorgestellt: Counterspeech und Deplatforming.

Counterspeech am Beispiel von Reconquista Internet

Der Begriff Counterspeech (Gegenrede) bezeichnet eine konnektive Strategie, mit der in den Kommentarspalten auf den sozialen Medien aktiv gegen extremistische Hassbotschaften und grenzüberschreitenden Humor vorgegangen wird. Überproportional häufig tritt Hasskommunikation beispielsweise in den Kommentarspalten der Social-Media-Accounts von Regionalzeitungen auf, wo unterbesetzte Moderator*innen der andauernden Flut von Hasskommentaren nur mit großer Anstrengung standhalten können. Der Vorteil an dieser mikropolitischen Praxis ist, dass im Grunde jede*r ohne großen zeitlichen Aufwand mitmachen kann, indem er*sie sich beispielsweise einer der unten genannten Gruppen anschließt. Das Ziel der aktiven Gegenrede durch vernetzte Nutzer*innen besteht einerseits darin, negativen Botschaften so wenig Raum wie möglich zu geben und direkt Betroffenen zur Seite zu stehen. Andererseits sollen stille Mitleser*innen

mobilisiert werden, die sich alleine nicht getraut hätten, selbst auch zu intervenieren (Naab et al. 2018). Um als Nutzer*in bei der Gegenrede nicht selbst zur Zielscheibe von Hasskommentaren zu werden, ist es unabdingbar, sich vorab in Gruppen zu vernetzen und für gezielte Aktionen zu verabreden, um in möglichst großer Zahl und vor allem zum gleichen Zeitpunkt auftreten zu können. Ein Beispiel für diese konnektive Gegenrede ist die von Hannes Ley gegründete FB-Gruppe Ichbinhier (#ichbinhier), die mit sachlichen und respektvollen Kommentaren und dem Liken von positiven Posts gegen Hetze und Hassrede auf Facebook vorgeht. Laut einer Studie basiert das konnektive Handeln dieser Gruppe nicht auf einer von allen Teilnehmenden geteilten politischen oder ideologischen Einstellung. Sie sind bei ihrem Handeln vielmehr von der Absicht geleitet, die Qualität von Onlinediskussionen in den sozialen Medien generell zu verbessen (vgl. Ziegele et al. 2020).

Ein anderes Beispiel für eine konnektiv-satirische und vernetzte Gegenrede ist Reconquista Internet, eine Aktion, die sich direkt gegen ein rechtsextremes Trollnetzwerk richtet, das sich unter dem Namen „Reconquista Germanica“ auf der Gamingplattform Discord formiert hat. Rechtzeitig zur Bundestagswahl 2017 begann dort ein sich selbst als „Oberbefehlshaber“ bezeichnender Nutzer mit dem Namen Nikolai Alexander Angriffe auf Politiker*innen, Aktivist*innen oder die öffentlich-rechtlichen Medien zu organisieren (siehe Abbildung 1).



[Abb. 1] Auf der Gamingplattform Discord ruft Reconquista Germanica im Februar 2018 zu einer Kampagne gegen einen ARD-Film (alle Rechte vorbehalten; Screenshot: Daniel Laufer (2020)).

Eine besonders große Reichweite erlangte Reconquista Internet dadurch, dass der Satiriker und Fernsehmoderator Jan Böhmermann seine Zuschauer*innen im April 2018 in einer Ausgabe seiner Fernsehsendung *Neo Magazin Royale* direkt zum Mitmachen aufforderte. Böhmermann, mit Sturmhaube und Stahlhelm bekleidet, hielt dabei demonstrativ eine Ausgabe des deutschen Grundgesetzes in der Hand und erklärte, dass jeder mitmachen dürfe, „der sich an die strengen Regeln dieses geheimen Manifests hält".[3] Das erklärte Ziel von Reconquista Internet war es, sich wie Reconquista Germanica auf der Gamingplattform Discord zu vernetzen und dem Trollnetzwerk organisiert und strategisch entgegenzutreten. Die Resonanz auf diesen Aufruf war enorm, innerhalb kürzester Zeit konnte Reconquista Internet mehr als 60.000 Mitglieder verzeichnen. Die Aktivität der Teilnehmenden hat inzwischen zwar wieder nachgelassen; dafür kümmert sich ein Teil des ehrenamtlichen Teams von Reconquista Internet nun um ein Projekt mit dem Namen „Hass melden" (hassmelden.de). Dabei handelt es sich um eine Internetplattform, auf der justiziable Hassbotschaften niedrigschwellig zur Anzeige gebracht werden können.

Deplatforming am Beispiel von Ban Matsuri

Unter Deplatforming wird das Löschen fragwürdiger Posts oder das Sperren von Accounts aufgrund von Verstößen gegen die Community-Standards einer sozialen Plattform verstanden (prominente Beispiele sind Ex-Präsident Trump oder der österreichische IB-Chef Martin Sellner). Mit dem Löschen von Content oder dem Sperren von Accounts wird kulturellen Zyniker*innen die wichtigste Einnahmequelle entzogen („Demonetarisierung"). Darüber hinaus büßen politische Zyniker*innen an gesellschaftlicher Reichweite ein. Auch wenn die sozialen Netzwerke immer öfter selbst mit Sperrungen aktiv werden, werden die meisten Löschungen von Content oder Accounts immer noch erst nach dem mehrmaligen Melden von Verstößen durch andere Nutzer*innen vorgenommen.

Um konnektives Deplatforming handelt es sich, wenn sich Nutzer*innen konnektiv zusammenschließen, um strategisch und orchestriert massenhaft Sperrungen und Löschungen in den sozialen Medien zu erwirken (vgl. dazu auch das erfolgreiche Deplatforming #dropwikifarms). Eine besonders eindrucksvolle

3 Vgl. den Sendungsmitschnitt auf YouTube, abrufbar unter https://www.youtube.com/watch?v=fAYjSLtz6wQ

zivilgesellschaftlich-konnektive Aktion gegen rassistische Hassbotschaften und rechtsextreme Influencer*innen mittels des konnektiven Deplatformings hat sich in den vergangenen Jahren in Japan ereignet. Anders als Reconquista Internet hat sich die als Ban Matsuri („Verbannungsfestival") bezeichnete Aktion nicht auf Discord oder Facebook formiert, sondern auf der japanischen Plattform 5channel, und zwar in dem eigentlich völlig unpolitischen und sportbezogenen Subforum mit dem Namen *Nandemo jikkyō*. Die Aktion begann am 15. Mai 2018 mit dem anonym geposteten Aufruf, rechte YouTube-Videos zu melden und so die japanische Internet-Rechte „zu zerstören". Auch wenn diese Aktionen keinen bekannten Fernsehmoderator als Unterstützer hatte, erwirkte sie in nur zwei Wochen die Löschung von 62 rechten Accounts und mehr als 100.000 Videos mit rechten Inhalten auf YouTube.



[Abb. 2] Screenshot eines YouTube-Videos über die Erfolge des Verbannt-die-Rechte-aus-dem-Internet-Frühlingsfestivals von 2018 *(Neto uyo haru no ban matsuri)* (Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=pxBTJTddW5A, Screenshot: Fabian Schäfer; Zugriff am 16.11.2022).



[Abb. 3] Originaldesign der Marketingkampagne *Haru no pan matsuri* („Brot-Frühlingsfestival“) der japanischen Großbäckerei Yamazaki aus dem Jahr 2022. Die Parodie basiert auch auf der Verballhornung des japanischen Wortes *pan* (für Brot) zu *ban* (für verbannen) in der Bezeichnung der Aktion (alle Rechte vorbehalten; Quelle: https://www.yamazakipan.co.jp/campaign/spring/index.html; Zugriff am 16.11.2022).

Auf das erste Festival zur Verbannung von rechten Inhalten im Sommer 2018 folgten noch zwei weitere Aktionen unter dem gleichen Namen, und zwar jeweils im Herbst 2018 und 2020. Während das erste Festival vor allem auf die Sperrung von YouTube-Kanälen und die Löschung von Videos abzielte, galten die beiden letzten Aktionen dem Melden von rechten Inhalten und Accounts auf Twitter. Bei der Mobilisierung für das Ban Matsuri spielte auch in Japan der Humor eine zentrale Rolle. Denn der Name der Aktion selbst sowie das Design der verwendeten Memes sind Parodien auf eine jährlich durchgeführte und landesweit bekannte Werbekampagne einer japanischen Großbäckerei (siehe Abbildung 2 und 3). Insbesondere die konnektive Verwendung des Twitter-Hashtags #ネトウヨ夏のＢＡＮ祭り (*#neto uyo natsu no ban matsuri*) hat zur enormen Reichweite und zum großen Erfolg der drei Aktionen beigetragen.

Der Erfolg des Ban Matsuri kann sich sehen lassen: Bis Juni 2022 wurde die Löschung von fast einer Million Videos sowie 4000 Kanälen auf YouTube und 270 Millionen Tweets sowie 11.600 Accounts auf Twitter durch die Aktion er-

wirkt (Löschke 2022). Zu den prominentesten gelöschten Accounts gehören die des in den USA lebenden, aber in Japan in rechten Kreisen sehr populären YouTubers Texas Oyaji (alias Tony Morano) sowie die Kanäle des japanischen Juristen Tsuneyasu Takeda und des bekannten Influencers Kazuya Kyōmoto.

Fazit: die Effektivität konnektiver Satire

Die Japanologin Ayaka Löschke (2022) hat in einer Studie mehrere tausend Tweets von japanischen Teilnehmer*innen des Ban Matsuri analysiert und kommt zu dem Schluss, dass der außergewöhnlich große Erfolg der Aktion vor allem auf die Faktoren Gamification und Ironie zurückzuführen sei. Beide Faktoren haben den Nutzer*innen einen niedrigschwelligen Zugang zur Aktion ermöglicht und effektive Anreize zur Teilnahme gesetzt. Die meisten Teilnehmenden hätten ihre Partizipation nicht als politisches Handeln verstanden, sondern als spielerische Teilnahme an einem „Festival".[4] Das gamifizierte Spielmoment des Ban Matsuri findet sich im Wettstreit um die meisten Löschungen unter den Teilnehmenden. Zum einen wurden diese durch wiederkehrende Aufforderungen, innerhalb einer gewissen Zeit eine bestimmte Zahl von Sperrungen und Löschungen zu erreichen, zum Mitmachen animiert. Zum anderen aktualisierten viele Teilnehmende auf ihren Social-Media-Accounts laufend die Zahl der durch sie bereits erwirkten Sperrungen und Löschungen. Sowohl das humorvolle Design der Aktion als auch der gamifizierte Wettkampf unter den Teilnehmenden dürften entscheidend zur erfolgreichen Mobilisierung durch diese konnektive Aktion beigetragen haben.

Zu einer ähnlich positiven Einschätzung gelangt eine Analyse der konnektiven Satireaktion Reconquista Internet. Laut den Autor*innen der Studie stellt die vernetzte Gegenrede ein probates Mittel gegen die Ausbreitung von rechten Hassbotschaften im Internet dar (Garland et al. 2020). Mit einer groß angelegten Big-Data-Studie konnten sie empirisch belegen, dass Hassbotschaften mit dem Auftreten orchestrierter Gegenrede signifikant abnehmen. Das zeigt, dass organisierter Hass und rassistische Hetze auf den sozialen Plattformen erfolgreich bekämpft werden können, wenn man versteht, wie die „verdeckten

4 Das Wort „Festival" *(matsuri)* hat im japanischen Internetjargon eine besondere Bedeutung. Es verweist auf eine plötzliche Häufung von Kommentaren und Posts in einem Forum oder themenbasierten Thread (vgl. Sakamoto 2011: 4).

Manipulationsnetzwerke arbeiten“, und die Methoden der „Diskursverschiebungskampagnen rechtsextremistischer Netzwerke im Internet“ gegen diese selbst anwendet (Böhmermann, so zit. in Laufer 2020).

Sicherlich sind die hier beschriebenen Beispiele auch kritisch zu beleuchten. Auch wenn sie die Wirkung dieser Gegenstrategien nicht grundsätzlich in Abrede stellen, betonen die Autor*innen einer weiteren Studie zur Effektivität des Deplatforming (Fielitz et al. 2020), dass dieses zwar „eine wirkungsvolle, aber keine ausreichende Antwort auf rechte Raumstrategien im Internet“ darstelle. Hilfreich seien diese Aktionen vor allem gegen größere „Hassakteure“, denn das Deplatforming nimmt diesen „Reichweite, Aufmerksamkeit und Vernetzung“. Letztlich seien die „Löschungen von einzelnen Inhalten, Accounts oder Gruppen auf den Plattformen“ aber quantitativ nur „ein Tropfen auf den heißen Stein“ (Fielitz et al. 2020). Die konnektive Gegenrede stellt daher eine sinnvolle Ergänzung dar, da sie nicht bei der Löschung einzelner Akteur*innen ansetzt, sondern den alltäglichen Hass in den sozialen Medien bekämpft. Entscheidend ist, dass den bekannteren Hassakteur*innen nach der Sperrung ihrer Accounts oft nichts anderes übrigbleibt, als auf unbekanntere alternative Plattformen auszuweichen.[5] Das entzieht diesen nicht nur die wichtigste Einnahmequelle, sondern nimmt ihnen auch ein besonders effektives Instrument zur Mobilisierung in der gesellschaftlichen Mitte, also außerhalb der rechtsextremistischen Filterblasen der alternativen Plattformen.

Das größte Problem konnektiver Aktionen ist und bleibt aber ihr flüchtiger Charakter, denn in den meisten Fällen lässt die spielerische Euphorie unter den Teilnehmenden nach einer gewissen Zeit nach. Damit schwindet auch die Effektivität konnektiver Gegenstrategien, die eben nur dann funktionieren, wenn möglichst viele mitmachen. Die wichtigste Frage muss also lauten, wie sich diese Aktionen verstetigen und besser aufeinander abstimmen lassen. Dass effektive Gegenwehr grundsätzlich möglich ist, das haben die hier vorgestellten Fallbeispiele jedenfalls eindrucksvoll unter Beweis gestellt.

5 Das sind geringfügig oder gar nicht moderierte Messengerdienste wie Telegram, Videoplattformen wie BitChute und Odysee oder alternative Social-Media-Plattformen wie Gab, Parler oder Truth Social.

Literaturverzeichnis

Adamowsky, Natascha (2000): Spielfiguren in virtuellen Welten. Frankfurt: Campus.

Adamowsky, Natascha (2005): Spiel und Wissenschaftskultur. Eine Anleitung. In: Adamowsky, Natascha (Hrsg.), „Die Vernunft ist mir noch nicht begegnet". Zum konstitutiven Verhältnis von Spiel und Erkenntnis. Bielefeld: transcript, 11–30.

Adamowsky, Natascha (2012): Von der Kunst des Findens und dem Spiel des Zeigens. Übungsformen der Subjektivität. In: Regine Strätling (Hrsg.), Spielformen des Selbst. Das Spiel zwischen Subjektivität, Kunst und Alltagspraxis. Bielefeld: transcript, 59–76.

AIB (2020): Comics von Rechts. Zwischen Parteiprogramm und Allmachtsfantasien. In: *Antifaschistisches Infoblatt*, 128 (3).

Aikin, Scott F. (2013): Poe's Law, Group Polarization, and Argumentative Failure in Religious and Political Discourse. In: *Social Semiotics*, 23 (3), 301–317.

Arthurs, Jane/Drakopoulou, Sophia/Gandini, Alessandro (2018): Researching YouTube. In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24 (1), 3–15.

Asada, Akira (1983): Kōzō to chikara: Kigō-ron o koete (Struktur und Macht. Jenseits der Semiotik). Tōkyō: Keisō shobō.

Ayyadi, Kira (2019): Die „Gamification" des Terrors – Wenn Hass zu einem Spiel verkommt. *Belltower News*, Text abrufbar unter: https://www.belltower.news/antisemitische-tat-in-halle-die-gamification-des-terrors-wenn-hass-zu-einem-spiel-verkommt-91927/ (Zugriff am 19.9.2022).

Azuma, Hiroki (2009): Otaku: Japan's Database Animals. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Barck, Karlheinz/Fontius, Martin/Wolfzettel, Friedrich/Steinwachs, Burkhart (Hrsg.) (2005): Ästhetische Grundbegriffe. Historisches Wörterbuch in sieben Bänden. Stuttgart, Weimar: J. B. Metzler.

Baudrillard, Jean (1989): Paradoxe Kommunikation. Bern: Benteli.

Bauer, Thomas (2011): Die Kultur der Ambiguität. Eine andere Geschichte des Islams. Berlin: Verlag der Weltreligionen.

Bennett, W. Lance/Segerberg, Alexandra (2013): The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics. Cambridge: Cambridge University Press.

Bergson, Henri (2011): Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Komischen. Hamburg: Felix Meiner.

Berkowitz, Reed (2020): A Game Designer's Analysis Of QAnon. *Medium*, Text abrufbar unter: https://medium.com/curiouserinstitute/a-game-designers-analysis-of-qanon-580972548be5 (Zugriff am 19.9.2022).

Berndt, Henry (2017): Beruf: Youtuber. In: *Sächsische Zeitung*, 22. Juli 2017. Text abrufbar unter: web.archive.org/web/20170721231721/https://www.sz-online.de/nachrichten/beruf-youtuber-3732730.html (Zugriff am 12.2.2020).

Bieber, Hans-Joachim (2014): SS und Samurai. Deutsch-japanische Kulturbeziehungen 1933-1945. München: Iudicium.

Bogost, Ian/Montfort, Nick (2009): Platform Studies: Frequently Questioned Answers. Digital Arts and Culture. In: *UC Irvine: Digital Arts and Culture 2009*, Text abrufbar unter: https://escholarship.org/uc/item/01r0k9br.

Bolter, Jay David (1991): Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing. Hillsdale NJ: L. Erlbaum.

Bonvalot, Michael (2019): Die Identitären und der japanische Faschismus – Ein Code für Putsch, Gewalt und Diktatur. *Bonvalot.net: Journalismus mit Meinung und Haltung*, Text abrufbar unter: https://www.bonvalot.net/die-identitaeren-und-der-japanische-faschismus-ein-code-fuer-putsch-gewalt-und-diktatur-743/ (Zugriff am 2.7.2020).

Bonvalot, Michael (2020): Die Todessehnsucht der „Identitären“. In: *Antifaschistisches Infoblatt*, 125 (4).

boyd, danah (2017): Hacking the Attention Economy. *Data & Society*, Text abrufbar unter: https://points.datasociety.net/hacking-the-attention-economy-9fa1daca7a37 (Zugriff am 19.9.2022).

boyd, danah (2018): You Think You Want Media Literacy ... Do You? *Data & Society*, Text abrufbar unter: https://points.datasociety.net/you-think-you-want-media-literacy-do-you-7cad6af18ec2 (Zugriff am 19.9.2022).

boyd, danah/Crawford, Kate (2012): Critical Questions for Big Data: Provocations for a Cultural, Technological, and Scholarly Phenomenon. In: *Information, Communication & Society*, 15 (5), 662–679.

boyd, danah/Golebiewski, Michael (2019): Data Voids: Where Missing Data Can Easily Be Exploited. *Data & Society*, Text abrufbar unter: https://datasociety.net/library/data-voids/ (Zugriff am 19.9.2020).

Broder, Henryk M. (2020): Wie Lisa Eckhart ihr Publikum und Berufsempörte überfordert. In: *Die Welt*, 14. Mai 2020. Text abrufbar unter: https://www.welt.de/kultur/plus207964637/Henryk-M-Broder-Lisa-Eckhart-ueberfordert-Publikum-und-Berufsempoerte.html (Zugriff am 19.9.2022).

Bucher, Taina/Helmond, Anne (2018): The Affordances of Social Media Platforms. In: Burgess, Jean/Marwick, Alice/Poell, Thomas (Hrsg.), The SAGE Handbook of Social Media. London, New York: Sage.

Burger, Reiner (2021): Extremismus, der in der Mitte Anschluss findet. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22. Juni 2021. Text abrufbar unter: https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/nrw-erster-sonderbericht-zu-verschwoerungsmythen-und-corona-leugnern-17401844.html (Zugriff am 20.9.2022).

Burkhardt, Marcus (2015): Digitale Datenbanken. Eine Medientheorie im Zeitalter von Big Data. Bielefeld: transcript.

Butter, Michael (2018): „Nichts ist, wie es scheint". Über Verschwörungstheorien. Berlin: Suhrkamp.

Caillois, Roger (2001): Man, Play, and Games. Urbana: University of Illinois Press.

Caron, James Edward (2021): Satire as the Comic Public Sphere Postmodern „Truthiness" and Civic Engagement. University Park: Pennsylvania State University Press.

CeMAS (2022): Militanter Akzelerationismus – Ursprung und Aktivität in Deutschland. Berlin: CeMAS. Text abrufbar unter: https://cemas.io/publikationen/militanter-akzelerationismus/CeMAS_Militanter_Akzelerationismus_Ursprung_und_Aktivit%c3%a4t_in_Deutschland.pdf.

Dafaure, Maxime (2020): The „Great Meme War": The Alt-Right and its Multifarious Enemies. Angles. Text abrufbar unter: http://journals.openedition.org/angles/369 (Zugriff am 20.9.2022).

Daniels, Jessie (2017): Twitter and White Supremacy, A Love Story. *Dame Magazine*, Text abrufbar unter: https://www.damemagazine.com/2017/10/19/twitter-and-white-supremacy-love-story/ (Zugriff am 20.9.2022).

Daniels, Jessie (2018): The Algorithmic Rise of the „Alt-Right". In: *Contexts*, 17 (1), 60–65.

Dau, Jonas (2021): Die Strategie der Hydra-Comics. *Belltower News*, Text abrufbar unter: https://www.belltower.news/neurechte-kommunikation-die-strategie-der-hydra-comics-111355/ (Zugriff am 8.2.2021).

Dawkins, Richard (2010): Das egoistische Gen. Heidelberg: Spektrum.

Decker, Oliver/Brähler, Elmar (Hrsg.) (2018): Flucht ins Autoritäre. Rechtsextreme Dynamiken in der Mitte der Gesellschaft: die Leipziger Autoritarismus-Studie 2018. Gießen: Psychosozial-Verlag.

Deleuze, Gilles/Guattari, Félix (1972): Anti-Ödipus. Kapitalismus und Schizophrenie I. Frankfurt: Suhrkamp.

Detering, Heinrich (2019): Was heißt hier „wir"? Zur Rhetorik der parlamentarischen Rechten. Stuttgart: Reclam.

Diakopoulos, Nicholas (2015): Algorithmic Accountability: Journalistic Investigation of Computational Power Structures. In: *Digital Journalism*, 3 (3), 398–415.

Dijck, José van (2013): The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford; New York: Oxford University Press. Text abrufbar unter: http://site.ebrary.com/id/10686674 (Zugriff am 24.9.2021).

Ebner, Julia (2019a): Radikalisierungsmaschinen. Wie Extremisten die neuen Technologien nutzen und uns manipulieren. Berlin: Suhrkamp.

Ebner, Julia (2019b): Die Gefahr des gamifizierten Terrors. In: *Tagesspiegel*, 14. Oktober 2019. Text abrufbar unter: https://background.tagesspiegel.de/digitalisierung/die-gefahr-des-gamifizierten-terrors (Zugriff am 19.9.2022).

Fetscher, Iring (1983): Arbeit und Spiel. Essays zur Kulturkritik und Sozialphilosophie. Stuttgart: Reclam.

Fielitz, Maik/Schwarz, Karolin/Hitziger, Jana (2020): Hate not found?! Das Deplatforming der extremen Rechen und seine Folgen. Jena: Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft.

Freud, Sigmund (1999): Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten. In: Gesammelte Werke, Bd. 6. Frankfurt: Fischer.

Fricke, Harald/Frubmüller, Klaus/Müller, Jan-Dirk/Weimar, Klaus (Hrsg.) (1997): Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft, Bd. 3. Berlin: De Gruyter.

Froio, Caterina/Ganesh, Bharath (2019): The Transnationalisation of Far Right Discourse on Twitter: Issues and Actors That Cross Borders in Western European Democracies. In: *European Societies*, 21 (4), 513–539.

Fromm, Erich (1977): Anatomie der menschlichen Destruktivität. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Fuchs, Tamara/Schäfer, Fabian (2021): Normalizing Misogyny: Hate Speech and Verbal Abuse of Female Politicians on Japanese Twitter. In: *Japan Forum*, 33 (4), 553–579.

Fujioka, Brett J./DeCook, Julia R. (2021): Digital Cynical Romanticism: Japan's 2channel and the Precursors to Online Extremist Cultures. In: *Internet Histories*, DOI: 10.1080/24701475.2021.1919966.

Funk, Hardy (2021): Lisa Eckhart. Huch, ich hab' schon wieder einen antisemitischen Witz gemacht. *BR KulturBühne*, Text abrufbar unter: https://www.br.de/kultur/gesellschaft/lisa-eckhart-macht-antisemitischen-witz-in-aktuellem-programm-100.html (Zugriff am 19.9.2022).

Gadamer, Hans G. (2010): Wahrheit und Methode: Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik. Tübingen: Mohr Siebeck.

Garland, Joshua/Ghazi-Zahedi, Keyan/Young, Jean-Gabriel/Hébert-Dufresne, Laurent/Galesic, Mirta (2020): Countering Hate on Social Media: Large Scale Classification of Hate and Counter Speech. In: *Proceedings of the Fourth Workshop on Online Abuse and Harms*, arXiv, DOI: 10.48550/ARXIV.2006.01974.

Garrel, Théo (2015): Kleidung von Identitären für Identitäre. *Belltower News*, Text abrufbar unter: https://www.belltower.news/phalanx-europa-kleidung-von-identitaeren-fuer-identitaere-38906/ (Zugriff am 20.9.2022).

Gerlitz, Carolin/Helmond, Anne (2013): The Like Economy: Social Buttons and the Data-Intensive Web. In: *New Media & Society*, 15 (8), 1348–1365.

Gess, Nicola (2021): Halbwahrheiten. Zur Manipulation von Wirklichkeit. Berlin: Matthes & Seitz.

Gillespie, Tarleton (2010): The Politics of 'Platforms'. In: *New Media & Society*, 12 (3), 347–364.

Gombrich, E. H. (1968): Meditations on a Hobby Horse: And other Essays on the Theory of Art. London, New York: Phaidon.

Gray, Jonathan/Jones, Jeffrey P./Thompson, Ethan (2020): The State of Satire, the Satire of State. In: ibid. (Hrsg.), Satire TV. New York: New York University Press, 3–36.

Greene (2019): "Deplorable" Satire: Alt-Right Memes, White Genocide Tweets, and Redpilling Normies. In: *Studies in American Humor*, 5 (1), 31.

Heidemann, Ingeborg (1968): Der Begriff des Spieles und das ästhetische Weltbild in der Philosophie der Gegenwart. Berlin: De Gruyter.

Heinrich, Klaus (1982): Parmenides und Jona. Vier Studien über das Verhältnis von Philosophie und Mythologie. Basel: Stroemfeld.

Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Moores, Shaun/Winter, Carsten (Hrsg.) (2006): Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hermansson, Patrik/Lawrence, David/Mulhall, Joe/Murdoch, Simon (2020): The International Alt-Right: Fascism for the 21st Century? Abingdon, New York: Routledge.

Hijiya-Kirschnereit, Irmela/Bierwirth, Gerhard (Hrsg.) (2010): Yukio Mishima. Poesie, Performanz und Politik. München: Iudicium.

Hock, Alexej (2018): Den Fans gibt er ‚ein kleines bisschen Hitler'. In: *Die Welt*, 6. Februar 2018. Text abrufbar unter: www.welt.de/vermischtes/plus173262382/YouTuber-Max-Herzberg-Den-Fans-gibt-er-ein-kleines-bisschen-Hitler.html.

Hornuff, Daniel (2020): Hassbilder. Gewalt posten, Erniedrigung liken, Feindschaft teilen. Berlin: Wagenbach.

Huizinga, Johan (2017): Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel. Hamburg: Rowohlt.

Hutcheon, Linda (2000): A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms. Urbana: University of Illinois Press.

Ibster Watch (2017): Mitglieder der Identitären Bewegung Leipzig. *Ibster Watch,* Text abrufbar unter: ibster.noblogs.org/mitglieder-der-identitaren-bewegung-leipzig/ (Zugriff am 12.2.2020).

Jahrmann, Margarete (2018): Constant beyond Gamification: Deep Play in Political Activism. In: Cermak-Sassenrath, Daniel (Hrsg.), Playful Disruption of Digital Media. Singapore: Springer, 193–209.

Jaster, Romy/Lanius, David (2020): Die Wahrheit schafft sich ab. Wie Fake News Politik machen. Ditzingen: Reclam.

Kapp, Karl M. (2012): The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education. San Francisco: Pfeiffer.

Kingston, Jeff (2017): Nationalism in Asia: A History since 1945. Chichester: Wiley.

Kitada, Akihiro (2005): Warau Nihon no „Nashonarizumu" (Japans höhnischer ‚Nationalismus'). Tokyo: NHK Shuppan.

Kitada, Akihiro (2012): Japan's Cynical Nationalism. In: Ito, Mizuko/Okabe, Daisuke/Izumi, Tsuji (Hrsg.), Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World. New Haven: Yale University Press, 68–84.

Kleffner, Heike/Meisner, Matthias (Hrsg.) (2021): Fehlender Mindestabstand. Die Coronakrise und die Netzwerke der Demokratiefeinde. Freiburg: Herder.

Knörzer, Winfried (2005): Der Tenno und der General. In: *Sezession*, 9 (April), 50–52.

Kotthoff, Helga (Hrsg.) (1996): Scherzkommunikation. Beiträge aus der empirischen Gesprächsforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Laclau, Ernesto (2010): Emanzipation und Differenz. Wien, Berlin: Turia + Kant.

Lanier, Jaron (2010): Gadget. Warum die Zukunft uns noch braucht. Berlin: Suhrkamp.

Lanier, Jaron (2018): Zehn Gründe, warum du deine Social Media Accounts sofort löschen musst. Hamburg: Hoffmann und Campe.

Laufer, Daniel (2020): Neue Studie zeigt Wirksamkeit von Gegenrede im Netz. *Netzpolitik.org*, Text abrufbar unter: https://netzpolitik.org/2020/reconquista-internet-neue-studie-zeigt-wirksamkeit-von-gegenrede-im-netz/ (Zugriff am 22.9.2022).

Leavitt, Alex (2014): From #FollowFriday to YOLO: Exploring the Cultural Salience of Twitter Memes. In: Weller, Katrin/Bruns, A./Burgess, J./Mahrt, M./Puschmann, C. (Hrsg.), Twitter and Society. New York et al.: Peter Lang, 137–154.

Leggewie, Claus (1987): Kulturelle Hegemonie — Gramsci und die Folgen. In: *Leviathan*, 15 (2), 285–304.

Lewis, Paul (2018a): "Fiction Is Outperforming Reality": How YouTube's Algorithm Distorts Truth. In: *The Guardian*, 2. Februar 2018.

Lewis, Rebecca (2018b): Alternative Influence Broadcasting the Reactionary Right on YouTube. *Data & Society*, Text abrufbar unter: https://datasociety.net/library/alternative-influence/ (Zugriff am 20.9.2022).

Lichtmesz, Martin (2013): Armin Mohler und die Freuden des Rechtsseins. *Sezession*, Text abrufbar unter: https://sezession.de/41324/armin-mohler-und-die-freuden-des-rechtsseins (Zugriff am 18.10.2022).

Lichtmesz, Martin (2016): Armin Nassehi und die „ethnische Homogenität". *Sezession*, Text abrufbar unter: https://sezession.de/53540/armin-nassehi-und-die-ethnische-homogenitaet (Zugriff am 2.7.2020).

Löschke, Ayaka (2022): User Engagement against Online Far-Right Actions in Japan: Driven by High Perceptions of Personal Abilities and Benefits. In: *Asiascape: Digital Asia*, 9 (3), 242–272.

Lovink, Geert (2019): Sad by Design: On Platform Nihilism. London: Pluto Press.

Mak, Rebecca (2014): Mishima Yukios „Zur Verteidigung unserer Kultur" (Bunka bōeiron). Ein japanischer Identitätsdiskurs im internationalen Kontext. Berlin: De Gruyter.

Malinkowski, Bronislaw (1923): The Problem of Meaning in Primitive Languages. In: Ogden, C.K./Richards, I.A. (Hrsg.), The Meaning of Meaning: A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism. London: Routledge & Kegan Paul, 296–336.

Maly, Ico (2020): The Coronavirus, the Attention Economy and Far-Right Junk News. *diggit magazine*, Text abrufbar unter: https://www.diggitmagazine.com/column/coronavirus-attention-economy.

Manovich, Lev (2002): The Language of New Media. Cambridge, Mass: MIT Press.

Marquard, Odo (1995): Skepsis und Zustimmung. Philosophische Studien. Stuttgart: Reclam.

McLelland, Mark (2008): „Race" on the Japanese Internet: Discussing Korea and Koreans on „2-Channeru". In: *New Media & Society*, 10 (6), 811–829.

Mersch, Dieter (2008): Spiele des Zufalls und der Emergenz. In: *Maske und Kothurn*, 54 (4), 19–34.

Miller, Vincent (2008): New Media, Networking and Phatic Culture. In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (4), 387–400.

Minnema, Lourens (1998): Play and (Post)Modern Culture: An Essay on Changes in the Scientific Interest in the Phenomenon of Play. In: *Cultural Dynamics*, 10 (1), 21–47.

Mishima, Yukio (1988): Unter dem Sturmgott. München: Goldmann.

Miyoshi, Masao/Harootunian, Harry/Fish, Stanley/Jameson, Fredric (Hrsg.) (1989): Postmodernism and Japan. Duke University Press.

Moebius, Simon (2018): Humor und Stereotype in Memes. Ein theoretischer und methodischer Zugang zu einer komplizierten Verbindung. In: *kommunikation@gesellschaft*, 19 (2), 1–26.

Moldenhauer, Jan (2018): Japans Politik der Null-Zuwanderung. Vorbild für Deutschland? Steigra: Institut für Staatspolitik.

Moldenhauer, Jan (2019): Japan – Auf dem Weg zum liberalen Einwanderungsland? *Sezession*, Text abrufbar unter: https://sezession.de/61066/japan-auf-dem-weg-zum-liberalen-einwanderungsland (Zugriff am 2.7.2020).

Moldenhauer, Jan (2021): „Japan als migrationspolitisches AfD-Vorbild ist Paradigmenwechsel". In: *PI-News*, Text abrufbar unter: http://www.pi-news.net/2021/04/japan-als-migrationspolitisches-vorbild-ist-ein-paradigmenwechsel-der-afd/.

Morozov, Evgeny (2009): The Brave New World of Slacktivism. In: *Foreign Policy*, 19. Mai 2009. Text abrufbar unter: http://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/ (Zugriff am 18.11.2015).

Naab, Teresa K/Kalch, Anja/Meitz, Tino GK (2018): Flagging Uncivil User Comments: Effects of Intervention Information, Type of Victim, and Response Comments on Bystander Behavior. In: *New Media & Society*, 20 (2), 777–795.

Nagle, Angela (2018): Die digitale Gegenrevolution. Online-Kulturkämpfe der Neuen Rechten von 4chan und Tumblr bis zur Alt-Right und Trump. Bielefeld: transcript.

Nakano, Koichi (2016): New Right Transformation in Japan. In: Mullins, Mark R./Nakano, Koichi (Hrsg.), Disasters and Social Crisis in Contemporary Japan. London: Palgrave Macmillan, 23–41.

Napiorkowski, Daniel (2010): Seppuku vor 40 Jahren: Yukio Mishima. In: *Sezession*, 39 (Dezember).

Nelson, Louis (2017): From „Locker Room Talk" on, Trump Fends off Misconduct Claims. *Politico*, Text abrufbar unter: https://www.politico.com/story/2017/12/12/trump-timeline-sexual-misconduct-allegations-defense-292146 (Zugriff am 16.11.2022).

Niehr, Thomas (2017): Rechtspopulistische Lexik und die Grenzen des Sagbaren. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), Dossier: Rechtspopulismus. Bonn: BpB.

Niehues-Pröbsting, Heinrich (1988): Der Kynismus des Diogenes und der Begriff des Zynismus. Frankfurt: Suhrkamp.

Nocun, Katharina/Lamberty, Pia (2020): Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen. Köln: Quadriga.

Osaki, Tomohiro (2019): Ex-adviser Steve Bannon Says Abe was „Trump Before Trump," Urges him to Play Hardball with China. In: *Japan Times*, 8. März 2019. Text abrufbar unter: https://www.japantimes.co.jp/news/

2019/03/08/national/politics-diplomacy/ex-adviser-steve-bannon-confident-donald-trump-win-2020-despite-probes/. (Zugriff am 20.9.2022).

Osawa, Stephanie (2022): Japan als Vorbild der Neuen Rechten in Deutschland? Eine Analyse des Japanbilds in den Publikationen des Instituts für Staatspolitik. In: *ZRex – Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung*, 2 (1), 53–71.

Osterroth, Andreas (2020): Internet-Memes als multimodale Sprechakte in öffentlichen Diskursen anhand von Beispielen aus Antwortthreads von @realDonaldTrump. In: *Linguistik Online*, 101 (1), 115–137.

Papacharissi, Zizi (2015): Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics. Oxford, New York: Oxford University Press.

Pasquale, Frank (2015): The Black Box Society: The Secret Algorithms that Control Money and Information. Cambridge: Harvard University Press.

Phillips, Whitney/Milner, Ryan M. (2017): The Ambivalent Internet: Mischief, Oddity, and Antagonism Online. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity.

Pomerantsev, Peter (2019): This Is Not Propaganda: Adventures in the War against Reality. London: Faber & Faber.

Poppe, Stevie/Havenstein, Linda/Schäfer, Fabian (2023): The Far-Right and the Dissemination of COVID-19-related Disinformation and Conspiracy Narratives in Japan: The Metapolitics of Kobayashi Yoshinori. In: *Asiascape: Digital Asia* 10 (1-2), im Erscheinen.

Rafael, Simone (2019): Die Boards der rechtsterroristischen Attentäter als internationale Kaderschmiede. *Belltower News*, Text abrufbar unter: https://www.belltower.news/nach-dem-attentat-von-halle-die-boards-der-rechtsterroristischen-attentaeter-als-internationale-kaderschmiede-92103/ (Zugriff am 20.9.2022).

Rautzenberg, Markus (2012): Ludische Medialität. Zur ästhetischen Erfahrung im Computerspiel. In: Strätling, Regine (Hrsg.), Spielformen des Selbst. Bielefeld: transcript, 227–244.

Reckwitz, Andreas (2006): Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Weilerswist: Velbrück.

Richter, Steffi (2008): Contested Views of a Common Past: Revisions of History in Contemporary East Asia. Frankfurt: Campus.

Richter, Steffi/Höpken, Wolfgang (2003): Vergangenheit im Gesellschaftskonflikt. Ein Historikerstreit in Japan. Köln: Böhlau.

Rothermel, Ann-Kathrin (2020): Die Manosphere. Die Rolle von digitalen Gemeinschaften und regressiven Bewegungsdynamiken für on- und offline Antifeminismus. In: *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 33 (2), 491–505.

Saaler, Sven (2006): Politics, Memory and Public Opinion: The History Textbook Controversy and Japanese Society. München: Iudicium.

Sakamoto, Rumi (2011): 'Koreans, Go Home!' Internet Nationalism in Contemporary Japan as a Digitally Mediated Subculture. In: *Asia-Pacific Journal*, 10 (2).

Schäfer, Fabian (2017): Medium als Vermittlung. Medien und Medientheorie in Japan. Wiesbaden: Springer VS.

Schäfer, Fabian/Evert, Stefan/Heinrich, Philipp (2017): Japan's 2014 General Election: Political Bots, Right-Wing Internet Activism, and Prime Minister Shinzō Abe's Hidden Nationalist Agenda. In: *Big Data*, 5 (4), 294–309.

Schäfer, Fabian/Mühleder, Peter (2020): Konnektiver Zynismus und Neue Rechte. Das Beispiel des YouTubers Adlersson. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 12 (22), 130–149.

Schick, Jonas (2020): Netzfundstücke (58) – In memoriam, Comic, Hydra. *Sezession*, Text abrufbar unter: https://sezession.de/63244/netzfundstuecke-58-in-memoriam-comic-hydra (Zugriff am 16.11.2022).

Schmehl, Karsten (2017): Mit diesen Memes wollen AfD-Trolle die Bundestagswahl beeinflussen und in den „Meme-Krieg" ziehen. *BuzzFeed News*, Text abrufbar unter: https://www.buzzfeed.de/recherchen/mit-diesen-memes-wollen-afd-trolle-die-bundestagswahl-beeinflussen-und-in-den-quotmeme-kriegquot-ziehen-90134794.html#.hbG1xxGe3 (Zugriff am 20.9.2022).

Schmidt, Hanns Christian (2020): Von Star Wars zu Culture Wars. Worldbuilding, Worldmaking und toxische Fans einer (nicht allzu) weit, weit entfernten YouTube-Galaxie. In: Ganzert, Anne/Otto, Isabell/Schäfer, Benjamin (Hrsg.), Smarte Serienfans. Resistente Praktiken der Teilhabe in Fangemeinschaften. Marburg: Schüren, 63–82.

Schutzbach, Franziska (2018): Die Rhetorik der Rechten. Rechtspopulistische Diskursstrategien im Überblick. Zürich: Xanthippe.

Schwarz, Karolin (2020): Hasskrieger. Der neue globale Rechtsextremismus. Freiburg: Herder.

Shifman, Limor (2014): Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter. Berlin: Suhrkamp.

Shimizu, Ikutarō (1992): Ryūgen higo (Grundlose Gerüchte). In: Shimizu, Reiko/Shimizu, Maki (Hrsg.), Gesammelte Werke, Bd. 2. Tōkyō: Kōdan-sha.

Sloterdijk, Peter (1983): Kritik der zynischen Vernunft. Frankfurt: Suhrkamp.

Sommerlich, Karla (2019): Niemand will Teil der „Identitären Bewegung" sein. *Belltower News*, Text abrufbar unter: https://www.belltower.news/niemand-will-teil-der-identitaeren-bewegung-sein-49090/ (Zugriff am 12.2.2020).

Stahl, Enno (2019): Die Sprache der Neuen Rechten. Populistische Rhetorik und Strategien. Stuttgart: Alfred Kröner.

Stegemann, Patrick/Musyal, Sören (2020): Die rechte Mobilmachung. Wie radikale Netzaktivisten die Demokratie angreifen. Berlin: Econ.

Strick, Simon (2021): Rechte Gefühle. Affekte und Strategien des digitalen Faschismus. Bielefeld: transcript.

Thimm, Caja/Einspänner, Jessica/Dang-Anh, Mark (2012): Politische Deliberation online – Twitter als Element des politischen Diskurses. In: Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.), Mediatisierte Welten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 283–305.

Tsunehiro, Furuya (2016): The Roots and Realities of Japan's Cyber Nationalism. *Nippon.com*, Text abrufbar unter: https://www.nippon.com/en/currents/d00208/ (Zugriff am 16.11.2022).

Tufekci, Zeynep (2018): YouTube, the Great Radicalizer. In: *The New York Times*, 10. März 2018. Text abrufbar unter: www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html (Zugriff am 12.2.2020).

Vaihinger, Hans (1911): Die Philosophie des Als Ob. System der theoretischen, praktischen und religiösen Fiktionen der Menschheit auf Grund eines idealistischen Positivismus. Mit einem Anhang über Kant und Nietzsche. Berlin: Reuther & Reichard.

Varis, Piia/Hou, Mingyi (2019): Digital Approaches in Linguistic Ethnography. In: Tusting, Karin (Hrsg.), The Routledge Handbook of Linguistic Ethnography. London: Routledge, 229–240.

Virchow, Fabian (2010): Tapfer, stolz, opferbereit – Überlegungen zum extrem rechten Verständnis „idealer Männlichkeit". In: Claus, Robert/Lehnert, Esther/Müller, Yves (Hrsg.), Berlin: Karl Dietz, 39–52.

Vives, Marc-Lluís/FeldmanHall, Oriel (2018): Tolerance to Ambiguous Uncertainty Predicts Prosocial Behavior. In: *Nature Communications*, 9 (1), 2156.

Walker, Gavin (2020): The Political Afterlives of Yukio Mishima, Japan's Most Controversal Intellectual and Global Icon of the Far Right. *Jacobin*, Text abrufbar unter: https://jacobinmag.com/2020/11/yukio-mishima-far-right-anniversary-death (Zugriff am 16.11.2022).

Wang, Victoria/Tucker, John V./Rihll, Tracey (2011): On Phatic Technologies for Creating and Maintaining Human Relationships. In: *Phatic Technologies – Technologies for Creating and Maintaining Social Relationships, Technology in Society*, 33 (1–2), 44–51.

Weidacher, Georg (2019): Sarkastische Internet-Memes im Flüchtlingsdiskurs. In: Bülow, Lars/Johann, Michael (Hrsg.), Politische Internet-Memes – Theoretische Herausforderungen und empirische Befunde. Berlin: Frank & Timme, 167–193.

Weiß, Volker (2017): Die autoritäre Revolte. Die neue Rechte und der Untergang des Abendlandes. Stuttgart: Klett-Cotta.

Wentz, Daniela (2019): Krieg der Trolle. Digitale Reproduzierbarkeit und ›Memetic Warfare‹. In: *Navigationen – Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften*, 19 (2), 135–148.

Wodak, Ruth (2016): Politik mit der Angst. Zur Wirkung rechtspopulistischer Diskurse. Wien, Hamburg: Edition Konturen.

Zappavigna, Michele (2015): Discourse of Twitter and Social Media: How We Use Language to Create Affiliation on the Web. London et al.: Bloomsbury.

Zick, Andreas/Küpper, Beate (Hrsg.) (2021): Die geforderte Mitte. Rechtsextreme und demokratiegefährdende Einstellungen in Deutschland 2020/21. Bonn: Dietz. Text abrufbar unter: https://www.fes.de/referat-demokratie-gesellschaft-und-innovation/gegen-rechtsextremismus/mitte-studie-2021.

Ziegele, Marc/Naab, Teresa K/Jost, Pablo (2020): Lonely Together? Identifying the Determinants of Collective Corrective Action against Uncivil Comments. In: *New Media & Society*, 22 (5), 731–751.

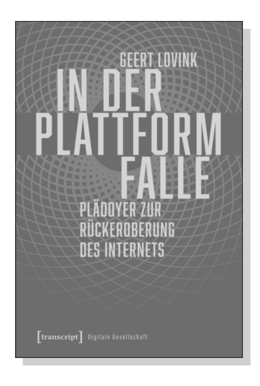
Zijderveld, Anton C. (1976): Humor und Gesellschaft. Eine Soziologie des Humors und des Lachens. Graz: Styria.

Medienwissenschaft



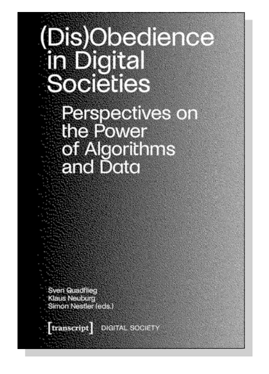
4Martin Donner, Heidrun Allert
Auf dem Weg zur Cyberpolis
Neue Formen von Gemeinschaft, Selbst und Bildung

Oktober 2022, 496 S., kart.,
10 SW-Abbildungen, 5 Farbabbildungen
39,00 € (DE), 978-3-8376-5878-1
E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation
PDF: ISBN 978-3-8394-5878-5
ISBN 978-3-7328-5878-1



Geert Lovink
In der Plattformfalle
Plädoyer zur Rückeroberung des Internets

August 2022, 232 S., kart.
28,00 € (DE), 978-3-8376-6333-4
E-Book:
PDF: 24,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-6333-8
EPUB: 24,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-6333-4



Sven Quadflieg, Klaus Neuburg, Simon Nestler (eds.)
(Dis)Obedience in Digital Societies
Perspectives on the Power of Algorithms and Data

March 2022, 380 p., pb., ill.
29,00 € (DE), 978-3-8376-5763-0
E-Book: available as free open access publication
PDF: ISBN 978-3-8394-5763-4
ISBN 978-3-7328-5763-0